

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Založení obchodní společnosti a podnikatelský plán
Setting up a Limited Company and a Business Plan

Student: Jiří Kohutek

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Marie Mikušová, Ph.D.

Ostrava 2011

Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou bakalářskou práci, včetně všech příloh, vypracoval samostatně. Přílohy č. 4, 6, 7, 8, 10, 11 jsem doplnil samostatně.

V Ostravě 11. května 2011

.....
Jiří Kohutek

Poděkování

Zde bych rád vyjádřit poděkování své vedoucí bakalářské práce Ing. Marii Mikušové, Ph.D. za její čas, odborné vedení a cenné rady, čímž napomohla ke zpracování této bakalářské práce.

Obsah

1. Úvod	1 -
2. Teoretická východiska.....	3 -
2.1 Vymezení základních pojmů podnikání.....	3 -
2.2 Malé a střední podnikání	8 -
2.2.1 Význam malých a středních podniků	8 -
2.2.2 Vymezení MSP	9 -
2.2.3 Výhody a nevýhody MSP	11 -
2.2.4 Podpora MSP	11 -
2.3 Právní formy podnikání	13 -
2.3.1 Druhy právních forem podnikání	14 -
2.3.2 Kritéria volby právní formy	15 -
2.3.3 Srovnání jednotlivých právních forem	16 -
2.4 Podnikatelský plán	23 -
2.4.1 Struktura podnikatelského plánu	24 -
3. Praktická část - Založení podniku	28 -
3.1 Postup založení S.R.O.	29 -
3.2 Přehled povinných dokumentů	32 -
3.1.1 Založení společnosti - Ustavující valná hromada	32 -
3.1.2 Živnostenský úřad - Živnostenské oprávnění	32 -
3.1.3 Obchodní rejstřík - Vznik společnosti	32 -
3.1.4 Živnostenský úřad - Přidělení IČ	32 -
3.1.5 Finanční úřad - Přihlášení	32 -
4. Podnikatelský záměr	33 -
4.1 Exekutivní sumář	33 -
4.2 Popis podniku, charakteristika a cíle	33 -
4.3 Základní údaje o společnosti	34 -
4.4 Organizační struktura	35 -
4.5 Popis produktu	36 -
4.6 Analýza okolí podniku	37 -
4.6.1 Analýza makroprostředí	37 -
4.6.2 Analýza mikroprostředí	37 -
4.7 Marketingový plán	40 -

4.7.1 Produkt	- 40 -
4.7.2 Cena.....	- 40 -
4.7.3 Distribuce	- 41 -
4.7.4 Propagace	- 41 -
4.7.5 Lidé	- 42 -
4.7.6 Proces	- 42 -
4.7.7 Materiální prostředí.....	- 42 -
4.8 Finanční plán	- 43 -
4.8.1 Základní kapitál	- 43 -
4.8.2 Zřizovací výdaje.....	- 43 -
4.8.3 Investiční výdaje na pořízení majetku.....	- 44 -
4.8.4 Předpokládané průměrné měsíční provozní náklady	- 44 -
4.8.5 Kalkulace potřebných zdrojů pro začátek podnikání	- 45 -
4.8.6 Plánované tržby.....	- 45 -
4.8.7 Plánovaná počáteční rozvaha.....	- 46 -
4.8.2 Plánovaný Výkaz zisku a ztrát.....	- 47 -
4.8.3 Plánované Cash - flow.....	- 47 -
5. Analýza rizika.....	- 48 -
6. Závěr	- 49 -
Seznam použité literatury	- 51 -
Literární zdroje	- 51 -
Seznam použitých zkratk	- 53 -
Seznam tabulek.....	- 55 -
Seznam příloh.....	- 55 -

1. Úvod

Jako téma své bakalářské práce jsem si zvolil založení obchodní společnosti, konkrétně tedy společnosti s ručením omezeným. Vedla mě k tomu chuť získat potřebné znalosti a informace potřebné pro založení obchodní společnosti, které bych mohl v budoucnu také použít. Už od útlého věku jsem si říkal, jaké by to asi bylo, kdybych měl svou vlastní firmu. Také mě možná ovlivnila i momentální situace na trhu práce, hlavně otřesné chování dnešních zaměstnavatelů a celkově nepříznivá situace pro lidi bez praktických zkušeností. V mém okolí se nachází pár úspěšných, ale i neúspěšných podnikatelů, což mě motivuje ve snaze zcela pochopit danou problematiku tak, abych se stal popřípadě také úspěšným podnikatelem. Zpracováním této práce se dozvím například, jaké výhody či nevýhody obnáší jednotlivé druhy podnikání, dále se naučím celý postup založení obchodní společnosti, ale i postup při jejím provozování. Bakalářská práce je složena ze dvou hlavních témat, a to z části teoretické a části praktické. Další rozdělení obsahuje praktická část, která se dělí na postup založení společnosti s ručením omezeným a vypracování podnikatelského plánu.

V mé první části se budu zabývat vymezením základních pojmů, které by měl každý budoucí podnikatel znát, jako je například podnik, podnikatel, podnikání, obchodní rejstřík atd. Malé a střední podnikání jsou důležitou součástí ekonomiky České republiky, ale i celé Evropské Unie. Malé a střední podniky tvoří asi 99% z celkového počtu firem, podílí se asi 60% na zaměstnanosti, přispívají k tvorbě hrubého domácího produktu z více než 37% a angažují se i v přidané hodnotě více než 50%.[10] Díky těmto skutečnostem se zaměřím i na vymezení malého a středního podnikání a jeho výhod a nevýhod. Uvedu i charakteristiky různých typů obchodních společností a jejich vzájemné porovnání s uvedením výhod a nevýhod. Společnost s ručením omezeným bude rozebrána detailněji, protože je nejdůležitější z hlediska mé bakalářské práce. Z pohledu plánování podniku je důležitým nástrojem, dokument nazvaný podnikatelský plán nebo též business plan, kterým se budu zabývat. Je určen jak pro majitele firem, jejich vedoucí pracovníky, ale i pro externí investory. Může sloužit majiteli jako vodítko pro další plánovací činnost, nástroj pro určení životaschopnosti podniku nebo k získání potřebných finančních zdrojů ve formě bankovního úvěru.

Druhá část se bude týkat zejména praktickému postupu zakládání mého podniku, kdy bude celý proces rozdělen na jednotlivé kroky od sepsání společenské smlouvy až po zápis do obchodního rejstříku a následné zahájení podnikatelské činnosti tak, aby bylo vše v souladu se zákony. Vypracuji zde i podnikatelský plán pro mou společnost. I když je každý podnikatelský plán individuální záležitostí každé společnosti, budu se snažit uvést ve svém

plánu takové atributy, které by měl každý podnikatelský plán obsahovat bez rozdílu typu podniku nebo povahy uživatele.

Cílem mé práce je, díky možnosti použití mého zpracovaného postupu založení společnosti a podnikatelského plánu, odstranit možné bariéry, jako strach nebo neznalost, začínajícího podnikatele tak, aby bez problémů zvládl založit vlastní společnost, tedy zahájit podnikatelskou činnost a lépe se orientovat v podnikatelském prostředí. Jde mi tedy o to, aby se z moji práce stala komplexní příručka, která pomůže lidem splnit si svůj sen a začít podnikat.

2. Teoretická východiska

2.1 Vymezení základních pojmů podnikání

Všechny základní pojmy, které by si měl každý podnikatel osvojit před samotným začátkem podnikání, upravuje zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník.

Podnikání

Pojem podnikání může být někdy těžké vysvětlit. K lepšímu pochopení slouží 4 typy různých typů pojetí tohoto pojmu, jsou to :

- **Ekonomické pojetí** - představuje zvyšování původní hodnoty již zapojených ekonomických zdrojů a jiných aktivit do podnikání.
- **Psychologické pojetí** - podnikání, jakožto činnost, slouží k dosažení nezávislosti, kdy se člověk snaží postavit na vlastní nohy. Samotný vstup do podnikání je motivován chutí vyzkoušet si něco nového, dosáhnout úspěchu nebo splnit si nějaký sen.
- **Sociologické pojetí** - se zaměřuje na určitý prospěch, který z podnikání může vzejít. Jedná se například o dosahování blahobytu pro všechny zúčastněné nebo vytváření více pracovních míst na podporu nezaměstnanosti.
- **Právníkové pojetí** - toto pojetí vychází ze zákona č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, kdy se jedná o "*soustavnou činnost prováděnou podnikatelem samostatně vlastním jménem a na vlastní zodpovědnost za účelem dosažení zisku*".

Obecné rysy všech typů podnikání :

- cílevědomá činnost,
- iniciativní, kreativní přístupy,
- organizování a řízení transformačních procesů,
- praktický přínos, užitek, přidaná hodnota,
- opakování, cyklický proces. [10]

Bariéry podnikání

S pojmem podnikání souvisí také určitá řada problémů, která může nějakým způsobem ovlivnit nebo zcela zabránit vstupu do podnikání. Jedná se o bariéry, které na daný subjekt, tedy našeho podnikatele, působí. Tyto bariéry lze rozdělit do dvou skupin - a to na interní a externí. Interní bariéry představují faktory, jež působí přímo na osobu budoucího podnikatele.

Existují tři příčiny interních bariér :

- člověk, který nechce podnikat :
 - chybí mu motivace k podnikání (je spokojený s dosavadním zaměstnáním),
 - odrazuje ho riziko podnikání (obavy z neúspěchu, nedostatečná sebedůvěra),
 - jeho povaha či osobnost (chybí cílevědomost, podnikavost, upřednostňuje klidný život, nechce vést lidi a řešit problémy či konflikty),
- člověk, který neumí podnikat :
 - nedostatek předpokladů potřebných pro roli podnikatele (špatné prezentační schopnosti, manažerské dovednosti nebo obchodní jednání s případnými partnery),
 - nedostatečné rozlišování, hodnocení a využití příležitostí,
 - neznalost základních právních předpisů a jiných požadavků souvisejících s podnikáním),
 - neexistence nápadu nebo know-how pro podnikání,
- člověk, který nemůže podnikat :
 - nedisponuje dostatečným základním kapitálem,
 - nevlastní vhodné prostory k podnikání,
 - nenachází vhodného společníka, nemá podporu rodiny a přátel nebo nemá možnost získání bankovního či jiného úvěru.

Mezi externí bariéry patří faktory, které působí na podnikatele z vnějšího okolí. Tyto bariéry vznikají nezávisle na podnikateli, čili není možnost je ovlivnit. Představují je :

- ekonomické prostředí :
 - podpory začínajícím podnikatelům, daňový systém, celní mechanismus, cenové požadavky,
- legislativní prostředí :
 - provoz podniku (pracovněprávní vztahy, ochrana spotřebitele, obchodní vztahy),
 - zakládání a fungování podniku (obchodní zákoník, zákon o živnostenském podnikání),
- podnikatelská infrastruktura :
 - veřejná správa, informační služby, bankovníctví, pojišťovnictví, vzdělávací zařízení apod.,
- veřejné mínění :
 - image podnikatele, názory a hodnocení, obecná atmosféra v podnikatelské sféře ve které se subjekt pohybuje atd.

Neoprávněné podnikání

Neoprávněné podnikání upravuje zákon o živnostenském podnikání v §§61 - 64. Tato skutečnost může nastat ve dvou zákonem stanovených případech. První případ představuje situaci, kdy fyzická nebo právnický osoba vykonává podnikatelskou činnost, aniž by vlastnila živnostenské oprávnění. Druhým případem je podnikání osoby, která sice vlastní živnostenské oprávnění na konkrétní činnost, ale vykonává aktivity, které jsou již nad rámec povolení, které osoba vlastní nebo které svou povahou spadají do jiné živnosti. [14]

Podnikatel

Dle obchodního zákoníku je podnikatel definován jako :

- a) osoba zapsaná v obchodním rejstříku,
- b) osoba podnikající na základě živnostenského oprávnění,
- c) osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů,
- d) fyzická osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu. [15]

Existují i jiné definice pojmu *podnikatel* :

- osoba, která realizuje podnikatelské aktivity a podstupuje rizika spojené s rozšířením nebo ztrátou vlastního kapitálu,

- osoba, která investuje svůj čas, finanční prostředky, úsilí a jméno pro dosažení svého finančního a osobního uspokojení za předpokladu určitého rizika. [10]

I přes všechny tyto definice mají osoby podnikatelů mnoho společných charakteristických rysů:

- schopnost překonat strach a jít do určitého rizika,
- umění obstarat si potřebné finanční prostředky pro účely podnikání,
- definování si stále nových cílů,
- cílevědomost, neoblomnost, vytrvalost, nasazení, chuť se učit stále novým věcem, sebedůvěra, odpovědnost, informovanost, motivace apod.,
- schopnost identifikovat příležitosti,
- koordinace vlastních podnikatelských aktivit, tzn. být obratný v daném předmětu podnikání,
- respektování okolní reality.

Podnik

Představuje subjekt, jež činí podnikatelské aktivity směřující k dosažení cíle, jímž je zisk. V ekonomii je definován jako soubor hmotných, osobních i nehmotných složek majetku, sloužících k podnikání. Podle další definice se jedná o subjekt, ve kterém se odehrává přeměna vstupů (zdrojů) na výstupy (výrobky či statky). S tímto pojmem bývá spojováno také pojmenování *firma*. K rozdělení a druhům podniků se dostanu později.

Základní kapitál

Jedná se o souhrn peněžitých i nepeněžitých vkladů všech společníků do společnosti vyjádřený v penězích. Je také součástí vlastního kapitálu.

Obchodní jmění (obchodní majetek)

Při vyjasnění pojmu obchodní jmění si musíme ujasnit skutečnost, že obchodní jmění není to samé, co obchodní majetek.

Obchodní majetek, jakožto věci, pohledávky nebo penězi ocenitelné jiné hodnoty, patřící podnikateli a je určen k jeho podnikatelské činnosti, je brán obchodním majetkem jen

tohoto podnikatele, jedná-li se o fyzickou osobu. Obchodní majetek podnikatele, který je právnickou osobou, je nejenom majetek sloužící k podnikání, ale veškerý majetek této osoby.

Čistý obchodní majetek fyzické osoby je obchodní majetek po odečtení závazků, které vznikly podnikateli v souvislosti s podnikáním. V případě právnické osoby se jedná o veškeré závazky.

Do *obchodního jmění* jsou ještě vedle majetku podnikatele zahrnuty jeho závazky. Zde se dále rozlišuje podle rozsahu závazků, které jsou do jmění podnikatele zahrnuty, obchodní jmění fyzické osoby a obchodní jmění právnické osoby. U fyzické osoby se k majetku připojují pouze závazky, které vznikly v souvislosti s jeho podnikáním. Kdežto u právnické osoby se obchodním jměním rozumí, souhrn veškerého majetku a závazků.

Obchodní firma

Jedná se o název podnikatele, pod kterým je podle obchodního zákoníku zapsán v obchodním rejstříku. Je to jeden ze znaků právní subjektivity podnikatele a ten je pod touto firmou povinen činit právní úkony.

Také představuje ochranné označení, jež je předmětem práva duševního vlastnictví. Na podnikatele, který není zapsán v obchodním rejstříku se ustanovení o obchodní firmě nevztahují. Součástí obchodní firmy obchodních společností je i dodatek, označující jejich právní formu (s.r.o., a.s.)

Fyzická osoba činí právní úkony pod svým jménem a příjmením, kdežto právnická osoba, pod svým názvem.

Obchodní rejstřík

Je veřejným seznamem, do něhož se zapisují údaje, stanovené zákonem, o podnikatelích. Jeho součástí je i Sbírka listin. Obchodní rejstřík je veden příslušnými rejstříkovými soudy, jež představují jednotlivé krajské soudy a městský soud v Praze.

Do obchodního rejstříku jsou zapisovány :

- obchodní společnosti a družstva,
- některé podnikající zahraniční osoby,
- fyzické osoby provozující živnost průmyslových způsobem,
- fyzické osoby, které jsou podnikateli a o zápis dobrovolně zažádají,
- další osoby, pokud to stanoví právní předpis.

Návrh na zápis lze podat v elektronické podobě či v listinné, na formuláři, kde uvedený podpis musí být úředně ověřen a to vše bez zbytečného odkladu.

Obchodní rejstřík je dostupný komukoliv. Každý má právo do něj nahlížet a pořizovat si kopie a výpisy, jedná se o princip formální publicity. Kromě této publicity je zde ještě publicita materiální. Tento princip spočívá v tom, že stav údajů zapsaných v obchodním rejstříku bude vůči tomu, kdo jedná v důvěře v jeho zápis, odpovídat skutečnému platnému právnímu stavu.

2.2 Malé a střední podnikání

2.2.1 Význam malých a středních podniků

Známým faktem je, že malé a střední podniky se na celkové struktuře firem podílí drtivou většinou. Jsou tedy významným sektorem tržní ekonomiky. Tyto podniky vytvářejí příznivější podnikatelské prostředí, poskytují pracovní uplatnění mnoha uchazečům či zájemcům o práci, zvyšují dynamiku a rozvoj trhu a jsou určitým stabilizačním činitelem ekonomického systému. Jejich přístup na trh je podmíněn poptávkou po jejich službách a produktech, což do značné míry ovlivňuje ekonomické prostředí. Nabízí možnost k svobodnému uplatnění lidí - podnikatelů, dostávají prostor pro svou seberealizaci a cestu za svými cíly. Pro lidi představují určitou školu života, kdy se učí přežít a učí se být zodpovědným, protože jakákoliv chyba by pro ně mohla znamenat nepříjemný pád a osobní ztrátu. Malý či střední podnikatel nemá možnost uhnout v případě neúspěchu, všechny důsledky nese osobně. Přítomnost těchto podniků má i určitý stabilizační účinek na společnost.

Ve většině případů nejsou malé a střední podniky vlastněny zahraničními subjekty. Jsou reprezentanty regionálních zájmů a nositeli regionálního kapitálu. Případné efekty z podnikání zůstávají tedy v daných regionech a možnost, jak ekonomicky oživit jednotlivé regiony, je dána podporou malého a středního podnikání právě v těchto regionech. Jejich provozovny jsou většinou součástí historických měst, podle čehož můžeme poznat stupeň rozvinutosti malého a středního podnikání. Různé kavárny, krámky, restaurace se starají o urbanizaci měst a vesnic, kdy vnáší život do náměstí nebo ulic, vytváří a obnovují zdejší historickou architekturu.

Důležitost spočívá i v jejich protimonopolním účinku. V dnešní době, kdy se prosazuje čím dál tím větší globalizace, vznikají velká uskupení podniků a řetězců a právě proti

monopolním vlivům těchto subjektů vystupují malé a střední podniky. Naproti tomu však mnoho malých a středních firem spolupracuje s velkými podniky jako jejich subdodavatelé. Tento trend bychom mohli najít například ve stavebnictví nebo v automobilovém průmyslu. [10] [7]

2.2.2 Vymezení MSP

Důležité je z hlediska rozdělení MSP, určit podle jakých kritérií bude toto rozdělení realizováno.

Základními kritérii jsou :

- počet zaměstnanců,
- roční obrat,
- bilanční suma nebo také aktiva,
- nezávislost.

Z tohoto výčtu kritérií má hlavní význam právě počet zaměstnanců. Zbylá kritéria jsou pouze pro celkové doplnění. V praxi dochází k různým kombinacím těchto jednotlivých bodů v závislosti na rozdílech mezi hospodářskými odvětvími a jinými sektory. Všechny uvedené údaje se určují na základě posledního účetního období. Hodnota aktiv a obrat je přepočítávána dle kurzu Evropské centrální banky. [16] [7]

Existují tedy různé klasifikace, jako například :

A. Klasifikace podle Eurostatu, kde jsou firmy rozděleny do tří skupin (podle zaměstnanců).

- *Malá firma* - do 20 zaměstnanců,
- *Střední firma* - do 100 zaměstnanců,
- *Velká firma* - 100 a více zaměstnanců.

B. Klasifikace podle Komise EU, která používá všechna 4 kritéria.

- *Mikrofirma* - s ročním obratem do 2 mil. EUR, aktivy do 2 mil. EUR a nejvýše 10 zaměstnanci,
- *Malá firma* - s ročním obratem do 10 mil. EUR, aktivy do 10 mil. EUR a nejvýše 50 zaměstnanci,
- *Střední firma* - s ročním obratem do 50 mil. EUR, aktivy do 43 mil. EUR a nejvýše 250 zaměstnanci.

Společnou podmínkou zde je kritérium nezávislosti, což znamená, že podnik nebo několik firem společně, které nesplňují definici MSP, nesmí vlastnit 1/4 a více základního kapitálu nebo hlasovacích práv. Musí být zohledněny tyto kritéria nezávislosti :

- **propojené podniky** - jeden podnik vlastní většinu hlasovacích práv nebo základního kapitálu v druhém podniku,
- **partnerské podniky** - mateřský podnik vlastní více než 25 % základního kapitálu nebo hlasovacích práv v dceřiném podniku,
- **nezávislý podnik** - daný podnik nesplňuje ani jedno z výše uvedených kritérií. V případě, že více než 25 % kapitálu nebo hlasovacích práv podniku vlastní např. univerzita, místní úřad, veřejná investiční společnost, neziskové výzkumné centrum nebo společnost rizikového kapitálu, je tento podnik pořád považován za nezávislý.

C. Klasifikace dle zákona č. 47/2002 Sb., o podpoře malého a středního podnikání

- *Drobný podnikatel* - drobný podnikatel vlastní aktiva v hodnotě nejvýše 180 mil. Kč, jeho roční obrat činí nejvýše 250 mil. Kč a má méně než 10 zaměstnanců,
- *Malý podnikatel* - malý podnikatel vlastní aktiva v hodnotě nejvýše 180 mil. Kč, jeho roční obrat činí nejvýše 250 mil. Kč a má méně než 50 zaměstnanců,
- *Střední podnikatel* - střední podnikatel vlastní aktiva v hodnotě nejvýše 980 mil. Kč, jeho roční obrat činí nejvýše 1450 mil. Kč a má méně než 250 zaměstnanců. [10]

U každého typu podnikatele je dále respektováno kritérium nezávislost.

2.2.3 Výhody a nevýhody MSP

Jako bezesporu největší konkurenční **výhoda** malých a středních podniků oproti velkým nadnárodním korporacím, se jeví pružnost, jež umožňuje rychlou reakci na přítomné změny na trhu. Nesmíme zapomenout na schopnost zaplňovat mezery na trhu či nevelké nároky na potřeby kapitálu. Mezi další výhody a přednosti dále patří :

- tvorba nových pracovních míst
- důvěrnější vztahy mezi vedením a pracovníky
- inovace nižších řádů
- jednoduchá a přehledná organizační struktura
- centralizace řídicích rozhodnutí (podnikatel)
- snazší dělba práce
- nezávislost
- možnost získání podpory do podnikání

Mezi **nevýhody** můžeme zařadit hlavně obtížnější cestu malých a středních podnikatelů k finančním zdrojům, a to zejména a u individuálních podnikatelů. Tato problematika se týká především dostupnosti bankovních úvěrů, což je nejdůležitější zdroj cizího kapitálu, ještě tedy společně s dodavatelským úvěrem. K tomu všemu můžeme přičíst další strasti v podobě různých regulací, legislativních, administrativních a byrokratických omezení, které jen ztěžují život všem malým a středním podnikatelům. Za zmínku stojí určitě i tyto metody :

- konfrontace s dovozem levného zboží ze zahraničí (zejména z rozvojových zemí)
- nedostatečná kvalita managementu
- nedostatek prostředků na vývoj nových výrobků
- ztráta rabatů a slev vlivem objednávek malého množství materiálu (oproti velkým podnikům)
- špatná situace v ovlivňování poptávky (chybí finanční prostředky)
- omezená možnost zaměstnávání pracovníků ve správě

2.2.4 Podpora MSP

Jelikož v dnešních vyspělých ekonomikách tvoří výraznou část populace podnikatelé, ať už malí nebo střední, čímž jsou jakýmsi pohonem nebo stabilizátorem národních ekonomik, je právě v jejich nejlepším zájmu tyto subjekty podporovat, ať hmotně či

nehmotně. Ve většině státech existují tisíce či milióny podnikatelů, kteří se snaží jít za svými cíly a být určitým způsobem prospěšní i společnosti svým produktem. Lidé se rodí už s možností nebo příležitostí stát se podnikatelem, ale je jenom na každém z nás jestli tuto možnost využijeme nebo ne. Je třeba taky zmínit fakt, že neexistují pouze úspěšní podnikatelé, ale i ti, kterým se jejich byznys nepovedl a postihla je ztráta, finanční či osobní. Takovým případům se dá předcházet pouze určitou pomocí nebo podporou, která proces neúspěchu začínajících, ale i existujících podnikatelů alespoň trochu omezí. Proto by se měli tito podnikatelé zajímat o možnosti, které jim nabízí některé instituce. Tyto možnosti lze charakterizovat jako finanční injekce ze státních rozpočtů, komerční nebo prostředky z rozvojových fondů EU.

Zmíněné formy pomoci se dají rozdělit do tří skupin :

- finanční podpora
- materiální podpora
- informační podpora

Dále lze rozdělit i instituce poskytující tyto druhy podpor, a to do čtyř skupin :

- vládní organizace
- nevládní organizace
- komerční subjekty
- podnikatelské inkubátory a vědecko-technické parky

Podporu může obdržet pouze podnik, který splňuje již výše zmíněné kritéria a to podle zákona č. 47/2002 Sb. Podporu může podnikatel získat např. na vytváření nových pracovních míst, zaměstnávání osob se zdravotním postižením, projekty výzkumu a vývoje, zvyšování kvalifikace zaměstnanců, zavedení systémů zajišťujících zvýšení kvality produkce apod.

Z vládních organizací takové podpory poskytuje např. **CzechInvest**, což je organizace zřízená ministerstvem průmyslu a obchodu (MPO). Organizace se zaměřuje zejména na zjednodušení podnikatelského prostředí.

Další známá organizace je **CzechTrade**, která taktéž vznikla z iniciativy MPO. Jejím hlavním cílem je napomoci českým exportérům, upevnit si svou pozici na zahraničních trzích.

Nevládními organizacemi jsou např. **Hospodářská a Agrární komora**, jež vznikly ze zákona. Pomoc probíhá formou vzdělávacích či informačních aktivit nebo také zprostředkováním obchodních kontaktů podnikatelům z nejrůznějších oblastí.

Komerční subjekty poskytují pomoc ve formě poradenské činnosti, jako například právní služby, vedení účetnictví nebo daňové poradenství.

Podnikatelské inkubátory a *vědecko-technické parky* vznikají ve spolupráci jak ze strany státu tak i veřejnosti. Státní sektor je na zřizování těchto institucí zastoupen městy a kraji, kteří v nich vidí potenciál jejich vlastního rozvoje nebo také možnosti snížení nezaměstnanosti. Spolupracuje zde i řada školních a vědeckých institucí, které vidí příležitost převádět teoretické poznatky do praxe.

Podnikatelské inkubátory se zrodily v USA, jako nástroj pro urychlení podnikání a tím dosažení větší prosperity. Tyto inkubátory jsou určeny pro začínající podnikatele, kde je jim nabízeno mnoho bezplatných a zvýhodněných služeb jako např. konzultační a poradenské služby, obstarání obchodních kontaktů, školení a další vzdělávání, možnost využití laboratorních a vědeckých prostředků, spolupráce při hledání investorů či finančních zdrojů nebo také cenově zvýhodněné nájemné ve výrobních halách nebo kancelářích. Čerpání těchto výhod je obvykle omezeno na určitou dobu, nejčastěji po dobu tří let.

Vědecko-technické parky fungují podobně jako podnikatelské inkubátory, avšak jsou určeny pro již zaběhlé podniky.

Za zmínku stojí uvést také další instituci podporující malé a střední podnikání, a to **Českomoravskou záruční a rozvojovou banku, a.s.** Tato banka byla založena v roce 1992 a jejími akcionáři jsou :

- Česká republika zastoupená Ministerstvem průmyslu a obchodu, Ministerstvem financí a Ministerstvem pro místní rozvoj,
- Česká spořitelna, a.s., Československá obchodní banka, a.s., a Komerční banka.

Tato banka poskytuje podpory malým a středním podnikatelům ve formě zvýhodněných bankovních úvěrů a formou záruk prostřednictvím státního rozpočtu a strukturálních fondů. Podporuje také vlastníky bytových domů při jejich rekonstrukcích. [17] [10] [2]

2.3 Právní formy podnikání

Každý občan v ČR má právo podnikat, vlastnit majetek a provozovat určitou hospodářskou činnost. Toto právo je zakotveno v Listině základních práv a svobod. Konkrétní právní vymezení je definováno obchodním zákoníkem, živnostenským zákonem nebo také zákony jež upravují podmínky, které nejsou v působnosti živnostenského zákona.

Obchodní zákoník představuje právní předpis, jež upravuje postavení podnikatelů, právní formy podnikání, obchodní závazkové vztahy nebo jiné vztahy s podnikáním související. Definiuje také základní pojmy podnikání, jako je podnikatel, podnik, obchodní rejstřík, obchodní majetek, obchodní tajemství, obchodní firma nebo hospodářská soutěž. Obsahuje úpravy obchodních listin, druhů obchodních společností, výši základního kapitálu nebo zápisu do obchodního rejstříku.

K obchodnímu zákoníku patří i občanský zákoník, jež je obecným legislativním předpisem soukromého práva.

Živnostenský zákon upravuje podmínky živnostenského zákona. Definiuje, co je a není živností, dále také druhy živností (ohlašovací, koncesované). Obsahuje i podmínky, které musí být splněny pro provozování živnosti (např. trestní bezúhonnost, odborná způsobilost) a rozsah živnostenského oprávnění či podmínky spojené s vydáním koncesní listiny nebo živnostenského listu. Zákon má svou přílohu, v níž je obsažen seznam jednotlivých druhů živností.

2.3.1 Druhy právních forem podnikání

Každý potenciální podnikatel by si měl pořádně promyslet volbu právní formy své budoucí společnosti. V České republice je možnost podnikat dvěma způsoby, buď jako *fyzická osoba* nebo jako *právní osoba*. Samotná volba nemá trvalý charakter, je zde možnost změny, která si bohužel vyžádá nemalé náklady a problémy. Je tudíž velmi důležité pořádně promyslet jaký typ zvolit, abychom se vyhnuli zmíněným potenciálním potížím.

Jednotlivé právní formy mají své specifické výhody, ale i nevýhody. Výhoda jedné právní formy může být zase nevýhodou druhé a naopak. Obchodní zákoník tedy rozlišuje tyto právní formy podnikání :

- podnikání právnických osob,
- podnikání fyzických osob.

Podnikání fyzických osob

Fyzická osoba provozuje živnost na základě živnostenského oprávnění, které se prokazuje výpisem z živnostenského rejstříku.

Jedná se tedy o :

- osoby zapsané v obchodním rejstříku
- osoby podnikající na základě živnostenského oprávnění (živnostenský list, koncesní listina)
- soukromé zemědělce
- osoby podnikající na základě jiného oprávnění podle zvláštních předpisů

Fyzické osoby jsou zapsány v obchodním rejstříku dobrovolně i povinně, podle podmínek stanovených v obchodním zákoníku. U tohoto typu podnikání existuje i možnost vytvořit **sdružení fyzických osob**, což představuje smluvní spolupráci fyzických osob.

Podnikání právnických osob

Narozdíl od fyzických osob, kde je možnost dobrovolného zápisu do obchodního rejstříku, musí být každá obchodní společnost zapsaná do obchodního rejstříku. Takto zapsané právnické osoby se dělí na *osobní společnosti*, *kapitálové společnosti* a *družstva*.

Osobní společnosti jsou typické zejména osobním přičiněním podnikatelů na chodu společnosti a neomezeným ručením společníků za závazky společnosti. Jedná se o :

- komanditní společnost (kom. spol. nebo k.s.)
- veřejnou obchodní společnost (veř. obch. spol. nebo v.o.s.)

U **kapitálových společnostech** je jedinou povinností složit vklad, který je individuální pro každou společnost. Co se týče ručení za závazky společnosti, tak je buď omezené nebo vůbec žádné. Jedná se o :

- akciovou společnost (akc. spol. nebo a.s.)
- společnost s ručením omezeným (spo. s r.o. nebo s.r.o.)

Družstvo je již méně používaná forma podnikání a setkat se s tímto společenstvím neuzavřeného počtu osob můžeme například u zajišťování bytových či hospodářských potřeb svých členů.

2.3.2 Kritéria volby právní formy

Pro naše rozhodnutí máme k dispozici celou řadu kritérií, ať už všeobecných nebo konkrétních pro určitý druh činnosti, kterou se budeme zabývat. Asi nejdůležitější roli hraje **minimální výše povinného základního kapitálu**, což je dáno zákonem. Například u :

- akciové společnosti je to 2 mil. Kč,

- společnosti s ručením omezeným je to 200 tis. Kč,
- komanditní společnosti činí minimální vklad 5 tis. Kč.

Při volbě dále zvažujeme :

- **počet zakladatelů** - rozhodnutí zda, podnikatel bude podnikat sám a nebo s přičiněním další osoby (společníka)
- **způsob a rozsah ručení za závazky** vzniklé při podnikání - omezené (společníci ručí pouze do výše nesplacených vkladů) a neomezené (za závazky ručí svým majetkem)
- **administrativní požadavky** - jak obtížné a nákladné bude založení dané společnosti
- **míra právní regulace** - povinnost vytvářet rezervní fond, povinnost zveřejňovat údaje z účetní uzávěrky, požadavky na vedení účetnictví či povinnost auditu. S největší mírou právní regulace se můžeme setkat u akciové společnosti a nejméně u samostatných fyzických osob.
- **finanční předpoklady** - zvyšování základního kapitálu a přístup k cizímu kapitálu
- **organizační struktura** - otázka, kdo bude řídit společnost, kdo za ní bude jednat. Zde řadíme i zakládání povinných orgánů společnosti, jak je to u některých forem nařízeno. [19]

Doporučeny jsou i další aspekty k individuálnímu zvážení každého podnikatele :

- *obor činnosti* - některé obory mohou mít zákonem stanovené požadavky, jako je například odbornost či praxe
- *daňové zatížení* - daň z příjmu fyzických osob, daň z příjmu právnických osob nebo odvod sociálního pojištění
- *flexibilita právní formy* - případná přeměna na jinou právní formu
- *rozsah plánovaných podnikatelských aktivit* - je zbytečností zakládat právnickou osobu pro menší přivýdělky

2.3.3 Srovnání jednotlivých právních forem

Fyzická osoba podnikající samostatně na základě živnostenského nebo jiného oprávnění

Jedná se o formu, která je vhodná pro začínající podnikatele. Je vhodná také pro podnikatelské činnosti, jež představují vedlejší zdroje příjmů. Zahájení činnosti je zde velmi

jednoduché, naproti tomu ji lze zkombinovat s výhodami plynoucími ze sdružení fyzických osob.

Mezi **výhody** tedy patří :

- nízké výdaje na založení společnosti
- samostatnost a volnost při rozhodování
- není potřeba počátečního kapitálu
- snadnost ukončení či přerušení činnosti
- podnikatelská činnost lze zahájit již po ohlášení živnosti (výjimkou je pouze koncesovaná živnost nebo činnost vyžadující zvláštní povolení)
- minimum formálně-právních povinností
- je zde možnost přizvat osobu žijící ve společné domácnosti s podnikatelem jako spolupracující osobu, čímž je docílena daňová úspora pomocí přerozdělení části příjmů a výdajů na tuto osobu, kromě pracovních povinností
- za určitých podmínek lze požádat o stanovení daně paušální částkou
- celý zisk po zdanění patří podnikateli

Nevýhody :

- díky neomezenému ručení vyplývá vysoké riziko za závazky společnosti (riziko lze ale omezit změnou podílu na společném jmění manželů)
- případné finanční problémy podnikatele mohou způsobit problém v jeho rodině
- svojí velikostí může působit jako nedostatečný či méně cenný v obchodních vztazích
- náročnost v případě, že si podnikatel obstarává vlastní administrativu spolu s provozováním podnikatelské činnosti
- omezený přístup k bankovním úvěrům
- vysoké nároky na odborné a ekonomické znalosti podnikatele [10] [20] [21]

Sdružení fyzických osob

Pokud podnikatel, jakožto fyzická osoba, chce spolupracovat s jinou fyzickou osobou, má možnost s ní sepsat smlouvu o sdružení a vytvořit tak sdružení dvou podnikatelů. Důležitým faktem však je, že takto vzniklé sdružení nemá právní subjektivitu, a tudíž nemůže vstupovat do závazkových vztahů. Není zde ani nutnost registrace ani ohlášení.

Výhody :

- nemusí se zakládat společnost pro spojení několika podnikatelů

- není nutnost základního kapitálu
- nezapisuje se do obchodního rejstříku
- jednoduchý vznik
- možnost úspor režijních nákladů
- příjmy a výdaje lze přerozdělit na účastníky sdružení ve smluveném poměru
- shromáždění finančních prostředků a získaných zkušeností
- rovnoprávné postavení členů
- snadné vystoupení členů z sdružení
- synergický efekt

Nevýhody :

- pokud je alespoň jeden člen plátcem DPH, pak i ostatní členové se musí k této dani registrovat
- problematika vlastnických vztahů týkajících se vkladů a společně nabytého majetku
- možné konflikty zájmů (sdružení je založeno na velké solidaritě a důvěře)
- díky změnám osob účastníků nebo při vypořádání v souvislosti s ukončením smlouvy o sdružení mohou vznikat neshody
- potencionální střet se zákonem na ochranu hospodářské soutěže [10] [20] [21]

Komanditní společnost

Jedná se o kombinaci osobní společnosti a kapitálové společnosti, kdy někteří společníci ručí za závazky společnosti celým svým majetkem (komplementáři) a někteří společníci, kteří ručí za závazky společnosti do výše svého nesplaceného vkladu (komandisté). Komplementářem může být jen osoba, která splňuje všeobecné podmínky provozování živnosti a u níž není žádná překážka provozování živnosti. V případě, že obsahuje název společnosti jméno komandisty, tento komandista ručí za závazky společnosti jako komplementář. Statutárním orgánem jsou komplementáři.

Výhody :

- pro komandisty neplatí zákaz konkurence
- zisk se dělí podle společenské smlouvy mezi komplementáře a komandisty
- není nutnost velkého počátečního kapitálu, avšak komandista má povinnost vložit minimálně 5000 Kč

- za určitých podmínek se společnost může změnit na veřejnou obchodní společnost bez likvidace

Nevýhody :

- vlivem jiné míry rizika u komandistů a komplementářů mohou vzniknout problémy kvůli rozdílných priorit
- náročnější vznik po administrativní stránce
- podíl na zisku u komandistů je zdaněn daní z příjmu právnických osob a při vyplácení je ještě podruhé zdaněn a to srážkovou daní
- aby mohlo dojít ke změně společenské smlouvy je nutný souhlas jak komplementářů, tak i komandistů [10] [20] [21] [23]

Veřejná obchodní společnost

Jedná se o nejjednodušší typ obchodní společnosti, kde všichni společníci ručí celým svým majetkem společně a nerozdílně za závazky společnosti. Po společnosti s ručením omezeným se jedná o druhou nejčastěji používanou formou podnikání malých a středních podniků. Společník může být právnickou osobou i fyzickou osobou. Zisk je rozdělen mezi společníky spravedlivě rovným dílem. Statutárním orgánem jsou všichni společníci.

Výhody :

- zisk není zdaněn daní z příjmu právnických osob, ale daní z příjmu fyzických osob, přitom je rozdělen rovnoměrně
- není potřeba počátečního kapitálu
- vystoupení společníka ze společnosti je poměrně jednoduchou procedurou
- relativně snadný přístup k cizímu kapitálu
- dobrá image společnosti, díky neomezenému ručení společníků

Nevýhody :

- společnost může být založena pouze z důvodu podnikání
- v případě vysokých zisků jsou vysoké odvody na pojistné sociálního pojištění
- společnost mohou založit minimálně dva společníci
- neomezené ručení s sebou přináší určitá osobní rizika
- právě z důvodu vysokých osobních rizik mohou vznikat případné konfliktní situace mezi společníky
- společníci mají zákaz konkurence

- vznikají problémy při zániku společníka [10] [20] [21] [22]

Společnost s ručením omezeným

Společnost s ručením omezeným je nejrozšířenější kapitálovou společností, i když obsahuje prvky osobní společnosti. Společnost může být založena jedním nebo padesáti společníky. Základní kapitál je tvořen vklady společníků a jeho minimální výše činí 200 000 Kč. Minimální výše vkladu společníka musí činit 20 000 Kč. Před podáním návrhu na zápis do obchodního rejstříku musí být splaceno alespoň 30% z každého nepeněžitýho vkladu a všechny nepeněžitý, kdy celková výše splacených peněžitých i nepeněžitých musí činit minimálně 100 000 Kč. Každý ze společníků ručí za závazky společnosti do výše souhrnu všech nesplacených vkladů všech společníků, tzn., že společníci, kteří již splatili svůj vklad, ručí za závazky společnosti do výše nesplaceného vkladu jiného společníka. Toto ručení zaniká v okamžiku, kdy je splacení vkladů zapsáno do obchodního rejstříku. V případě nedodržení svých závazků ručí společnost celým svým majetkem. Jedna fyzická osoba se může účastnit jako společník nejvýše ve třech společnostech. Povinnosti ze zákona této společnosti je vytvářet rezervní fond. Nejvyšším orgánem společnosti je valná hromada, statutárním orgánem, který se stará o obchodní vedení, je jednatel nebo více jednatelů, kteří jsou jmenováni valnou hromadou. Stanoví-li to společenská smlouva, je ustanovena i dozorčí rada. Základním dokumentem společnosti je společenská smlouva. [1] [7]

Výhody :

- omezené ručení za závazky společnosti
- vklad lze splatit v horizontu pěti let
- při rozhodování o některých záležitostech není třeba souhlasu všech společníků
- možnost ustanovení dozorčí rady, jakožto kontrolního orgánu
- platí zákaz konkurence pro jednatele společnosti
- vloženým vkladem může být i nepeněžitý vklad
- podíly vyplacené společníků - fyzickým osobám nepodléhají pojistnému sociálního pojištění

Nevýhody :

- náročnější administrativní v počátku i během chodu společnosti (svolávání valné hromady a z ní pořizování zápisů nebo ustanovení jednatele)

- dvojnásobné zdanění - zisk je zdaněn daní z příjmů právnických osob a vyplacené podíly na zisku jsou dále zdaněny srážkovou daní
- pro některé se může jevit počáteční kapitál jako vysoký

Akciová společnost

Jedna se o obchodní společnost, která patří mezi nejstarší kapitálové společnosti. Její základní kapitál je rozdělen na stejné podíly, neboli obchodovatelné akcie o stanovené jmenovité hodnotě. S těmito akciemi se obchoduje na kapitálových trzích. Akcii si může koupit každý, jež se pak stane podílníkem společnosti čili *akcionářem*. Nákupem akcie získá část celkové hodnoty společnosti, hlasovací právo či právo na dividendu. Akcionář neručí za porušení závazků společnosti celým svým majetkem, nýbrž pouze svým podílem.

Společnost může být založena jak jednou právnickou osobou, tak dvěma nebo více fyzickými osobami. Rejstříkový soud může povolit zápis do obchodního rejstříku až po ustavení první valné hromady, splacení emisního ážia a vložení nepeněžitých vkladů. Základní kapitál společnosti činí alespoň 2 mil. Kč bez veřejné nabídky akcií alespoň 20 mil. Kč s veřejnou nabídkou akcií.

Nejvyšším orgánem společnosti je valná hromada, statutárním orgánem je představenstvo. Představenstvo má nejméně tři členy, jež jmenuje a odvolává valná hromada. Podnikatelská činnost a činnost představenstva je pod dohledem kontrolního orgánu - dozorčí rady, jež je nejméně tříčlenná.

Základním dokumentem této společnosti jsou stanovy, kde společnost uvádí předmět podnikání, splácení akcií či výši kapitálu.

Výhody :

- anonymita majitelů
- velký počáteční kapitál, který lze získat prodejem akcií
- akcionáři neručí za závazky společnosti
- společnost je brána pozitivně v obchodním prostředí (solidarita, stabilita)
- relativně snadný přístup ke kapitálu
- dividendy vyplácené akcionářům nepodléhají pojistnému sociálního pojištění

Nevýhody :

- komplikace při daňové úpravě příjmů z převádění akcií
- náročná administrativa při založení a chodu společnosti
- vysoký počáteční kapitál
- nemožnost založení společnosti jednou fyzickou osobou
- povinné sestavování výroční zprávy společnosti
- dvojnásobné zdanění - zisk je zdaněn daní z příjmů právnických osob a vyplácené dividendy zase srážkovou daní
- povinnost zveřejňovat údaje z ověřené účetní závěrky
- účetní závěrka musí být ověřená auditorem
- zákaz konkurence členům představenstva [10] [20] [21]

Družstvo

Družstvo představuje společenství neuzavřeného počtu osob, založeným za účelem podnikání nebo zajišťování hospodářských, sociálních či jiných potřeb svých členů. Pokud nemá družstvo alespoň dvě právnické osoby, musí mít alespoň pět členů. Tito členové neručí za závazky společnosti, jelikož za závazky ručí společnost celým svým majetkem. Základní kapitál společnosti se skládá z členských vkladů, k jejichž splacení se zavázali členové družstva. Základní kapitál družstva musí činit nejméně 50 000 Kč a před podáním návrhu na zápis do obchodního rejstříku musí být splacena alespoň polovina. Nejvyšším orgánem společnosti je členský schůze družstva, statutárním orgánem je představenstvo a kontrolním orgánem je kontrolní komise. Základním dokumentem jsou stanovy družstva.

Výhody :

- jednoduché přijetí i vystoupení členů družstva
- členové neručí za závazky družstva
- nízký počáteční kapitál
- rovné postavení členů
- vyplácené podíly na zisku nepodléhají pojistnému sociálního pojištění
- možnost založit družstvo pro nepodnikatelské účely

Nevýhody :

- vytváření nedělitelného fondu
- zákaz konkurence pro členy představenstva a kontrolní komise

- dvojnásobné zdanění, kdy zisk družstva je zdaněn daní z příjmů právnických osob a vyplacené podíly srážkovou daní [10] [20] [21] [24]

2.4 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán je písemný dokument vytvořený podnikatelem, který popisuje všechny interní i externí faktory související se zahájením podniku či existencí stávajícího podniku. Vhodné je přirovnání k mapě, v které vznikne určitý plánovací proces, kdy činíme rozhodnutí na základě čtení v mapě. Umožňuje nám tedy zjistit, kde se zrovna nacházíme (místo na mapě), kudy se chceme ubírat (plánování cesty do cílového města) a prostředky, jež využijeme v cestě k našemu cíli.

Podnikatelský plán definuje záměry podnikatele do budoucnosti, které pak porovnává se skutečnou realitou. Pokud se liší, pomáhá určit proč se liší, kde se liší a jak moc se liší.

Obecně je podnikatelský plán určen ke dvěma účelům a to :

- k podnikovým účelům
- k mimopodnikovým účelům

Díky tomuto rozdělení můžeme snadno určit dvě skupiny osob, které budou mít vypracováním podnikatelského plánu hlavní prospěch. První skupinu tvoří majitelé podniků a manažeři na jednotlivých úrovních řízení. Druhá skupina je složena z investorů, bankéřů, rizikových investorů nebo obchodních "andělů". Je tedy zřejmé, že podnikatelský plán může být vytvořen v různé etapě podniku s možnými přínosy pro dané druhy uživatelů.

V podniku představuje podnikatelský plán nástroj pro plánování, nástroj kontroly nebo nástroj pro rozhodování. Bývá také poskytován zaměstnancům ve stručnější formě, aby věděli jaké má daný podnik cíle a tím se zlepšila díky lepší informovanosti, kultura podniku.

V mimopodnikovém prostředí pomáhá k posouzení schopnosti podniku realizovat investiční programy externími subjekty. Je totiž potřeba přesvědčit investory o výhodnosti a životaschopnosti projektu, na něhož chce podnik získat kapitál. Kvalitně vypracovaný podnikatelský plán se tedy může zasloužit o získání požadovaného kapitálu či bankovního úvěru.

Propracovanost podnikatelského plánu je závislá na velikosti podniku či účelu pro který je určen. Rozdíl spočívá v tom, zda chce podnik přijít na trh se službami či výrobky. Odlišnost může být dána také v případě, kdy se jedná o zboží osobní společnosti nebo kapitálové. Podnikatelský plán může být ovlivněn i konkurencí na trhu, růstovým potenciálem či velikostí trhu.

Z pohledu zpracování podnikatelského plánu by se měl řídit určitými zásadami. Důležitost těchto zásad spočívá hlavně v přesvědčení potenciálního investora o tom, že právě náš projekt, který je rozebrán v podnikatelském plánu bude ten nejlepší. Externí subjekty mívají totiž "na stole" ještě několik další nabídek a právě v dodržení zásad může spočívat určitá výhoda oproti ostatním.

Takový plán by měl být tedy **srozumitelný**, což znamená, že by měl být jednoduchý, neměly by být použita příliš dlouhá souvětí, které obsahují mnoho informací najednou. Dále je vhodné text doplnit různými přehlednými tabulkami a grafy, pro lepší představivost. Hlavní pozornost je soustředit na doplnění plánu o čísla důležitá pro případný zájem o projekt investora. Pokud budeme mít skvěle esteticky zpracovaný plán bez jakýchkoliv čísel, bude nám to zcela určitě k ničemu.

Logická návaznost našich myšlenek a informací je taky hodně důležitá, všechno musí dávat hlavu a patu, nic si nesmi vzájemně odporovat.

Stručnost je další neméně důležitou zásadou. Naše myšlenky a závěry by měly být stručné a výstižné, přílišná stručnost na úkor fakt zase není přijatelná.

Plán by měl být každopádně **reálný** a **pravdivý**. Potenciální investory bezesporu nepřesvědčí plán, který bude už na první pohled ukazovat, že daný projekt není realizovatelný nebo pokud podnikatel uvádí mylné informace.

Každému investorovi jde o to jak velké bude činit riziko jeho případného investování, a tím buď možného zhodnocení investice nebo případného neúspěchu a ztráty finančních prostředků. Je tedy nutností začlenit do podnikatelského plánu **respektování rizik**. Posouzení a identifikace možných rizik zvyšuje důvěryhodnost podnikatelského plánu a zvyšuje šanci na úspěch u investora.[10] [5]

2.4.1 Struktura podnikatelského plánu

Titulní strana

Poskytuje stručný přehled všech důležitých údajů podniku, ve většině případů se jedná o údaje jako logo společnosti, název a sídlo společnosti, jména podnikatelů a kontakty na ně, povaha podnikání či způsob financování.

Obsah

Není nutná přílišná detailnost obsahu, postačí pouze, aby případný čtenář našel danou informaci a nemusel ztrácet čas jejím hledáním. Slouží tedy pro snadnější vyhledávání a orientaci v textu.

Exekutivní sumář

Hlavním úkolem této části podnikatelského plánu je vzbudit pokud možno co největší zájem a zvědavost v čtenáři. Po přečtení by měl sám chtít si dočíst náš plán nejlépe až do konce. Je tedy důležité sumáři věnovat zvýšenou pozornost ve zpracování. Zahrnuje v sobě nejdůležitější prvky podnikatelského plánu jako na jaké myšlence je založen náš podnikatelský plán, silné stránky plánu, či výhled do budoucnosti podložený zjednodušenými tabulkami finančního plánu. Předpokládaný rozsah je dvě až sedm stran.

Popis podniku

V této části bude stručně a výstižně popsán základu na kterém náš záměr a zakládání podnik stojí. Uvádíme zde např. informaci a právní formě námi zakládané společnosti, dále v jakém oboru podnikání se chceme angažovat. Sestavíme naše reálné vize, které doplníme ještě o definování dlouhodobých cílů, s čímž souvisí scénáře a zdroje k jejich dosažení.

Nedílnou součástí je i představení našeho produktu či služby s kterou chceme vstoupit na trh. Zde je třeba uvést jak hodláme docílit, že naše služba či produkt bude zajímavá a konkurenceschopná pro daný trh. Uvést je třeba i z jaké části se bude podnik podílet na výrobě a co bude zabezpečováno externími subjekty. Důležitým údajem je možnost dalšího vývoje produktu.

Uvedeme i informace o stylu vedení účetnictví, o tom, zda budeme či nebudeme plátcí DPH a jaké typy pojištění využijeme. Objasníme zvolenou organizační strukturu podniku a popíšeme management. Dále bude potřeba vysvětlit budoucí politiku zaměstnávání pokud ještě nemáme žádné zaměstnance. Nesmíme zapomenout ani na popis naší provozovny, strojního vybavení či počítačové infrastruktury.

Organizační struktura

Poskytuje ucelený přehled o právní formě společnosti a formě vlastnictví. Uvádí se zde detailní informace o managementu společnosti, o jejich výších obchodních podílů či do jaké oblasti se budou angažovat v rámci dané společnosti. V případě vedoucích pracovníků se

uvádí jejich pracovní zkušenosti, dosažené vzdělání či kompetence. Určeny jsou i nadřazené a podřazené funkce pomocí podrobně znázorněné struktury v podniku.

Popis produktu/služby

Obsahuje popis podstatných rysů produktu, lehce nastíněný technologický postup a technických funkcí. Jelikož ve většině případů nebývá investor zcela zainteresován do problematiky našeho oboru podnikání, není potřeba zacházet do větších detailů při popisu produktu. Po obecném popisu přejdeme k popisu produktu z pohledu zákazníka. Snažíme se například o srovnání našeho produktu s konkurenčním, kde si demonstrujeme jaké přednosti má náš produkt. Popis bývá doprovázen i různými grafy, tabulkami a diagramy pro lepší představivost a přehlednost. V případě zavádění nového výrobku na trh je důležité uvést jak dopadl průzkum trhu z hlediska zájmu zákazníka o tento výrobek. Při prezentaci našeho produktu bývá výhodou, když už daný podnikatel vlastní prototyp svého produktu či už zavedl tento produkt do výroby.

Analýza okolí podniku

Zde patří zejména analýza konkurence. Jde o vytyčení si největších konkurentů v okolí podniku (uvedení všech konkurentů nezvyšuje vypovídací hodnotu plánu), určení jejich silných a slabých stránek a možnosti ovlivnění naší tržní pozice. Důležitá je analýza odvětví v němž se bude podnik angažovat, takže je třeba zvážit vývojové tendence současnosti a vývoj v minulosti. Uvedena je zde ještě analýza zákazníků, čili kdo je našim zákazníkem, jaké jsou jeho potřeby nebo kolik prostředků může vynaložit na koupi našeho produktu. Důležité je také respektování legislativních podmínek v daném státu, přírodních faktorů nebo politické situace.

Marketingový plán

Tato část bývá asi ta nejdůležitější pro investory. Uvádí se zde jak budou výrobky oceněny a propagovány tak, aby se dostaly do podvědomí lidí. Marketingová strategie se může lišit v okamžiku zavádění výrobku na trh a v případě již fungování podniku na daném trhu. Marketingové nástroje uplatňované v obou případech jsou obsaženy v **marketingovém mixu 4P**. Týká se produktu, jeho charakteristiky, cenové politiky, propagace (podpora prodeje), jak se dostane firma a její produkt do podvědomí lidí a distribuce (distribuční cesty), která určuje jak se dostane produkt k zákazníkovi.

Finanční plán

Převádí fakta podnikatelského plánu do finanční formy. Na základě zpracování finančního plánu si udělá investor obrázek o reálnosti podnikatelského záměru. Finanční plán je tvořen finančními potřebami podniku, dále účetními výkazy pro jednotlivé období (výkaz Zisku a ztrát, Cash flow, Rozvaha či Analýza bodu zvratu) a seznam a použití vlastních zdrojů, fondů atd. Tyto výkazy je potřeba doplnit o konkrétní komentáře pro lepší vypovídací hodnotu. Data v těchto výkazech musí být reálně podloženy. Doporučuje se uvést i poměrové ukazatele jako je rentabilita, likvidita aktivita a zadluženost. Investory je potřeba přesvědčit o dlouhodobé rentabilitě podniku, čili schopnosti podniku být ziskovým.

Hodnocení rizika

I když je podnikatelský záměr podložen různými analýzami a výkazy, pořád bude existovat určité riziko, které znamená, že reálné výsledky se budou lišit od těch očekávaných. Proto je potřeba taková rizika analyzovat, což pomůže předejít negativním důsledkům možného vývoje rizikových faktorů. Pokud investor uvidí soupis možných rizik, zděsí se a do projektu investovat nebude. Jenomže pokud tento soupis bude doprovázet výčet různých scénářů a strategií, jak riziko ovládat, tak ho to víceméně uklidní a přesvědčí o důvěryhodnosti záměru. Řízení rizika obsahuje čtyři kroky :

- identifikace rizikových faktorů
- kvantifikace rizik (číselné vyjádření, pravděpodobnost výskytu rizika)
- plánování krizových scénářů (příprava politik, strategií či postupů)
- monitoring a řízení (kontrola)

Přílohy

Do přílohy jsou zahrnuty podpůrné dokumenty, které nemohly být v textu uvedeny. V textu by měly být na tyto dokumenty uvedené odkazy. Za řadit zde můžeme například, životopisy společníků či důležitých představitelů podniku, fotografie, výkresy či náčrty produktů, výstupy finančního plánu, výsledky průzkumů nebo propagačních akcí, certifikáty, smlouvy s dodavateli, nájemní smlouvy či propagační materiál.

3. Praktická část - Založení podniku

Tato část je věnována konkrétnímu postupu založení společnosti a také je zde uvedeno, jaké dokumenty si musí opatřit každý budoucí podnikatel.

Při úvaze o volbě právní formy podnikání je třeba si uvědomit, jestli je daná forma podnikání ideální pro potřeby podnikatele. Proto je nutné si důkladně nastudovat všechny výhody a nevýhody a jiné důležité informace o jednotlivých možnostech podnikání. Také předmět podnikání by měl korespondovat se zájmy a koníčky daného podnikatele, měl by odrážet podnikatelův zájem o danou oblast a také by měl poskytovat určitý přehled pro zákazníka, že daná problematika mu není cizí.

Co se týče založení mého podniku, tak se jedná o založení společnosti s ručením omezeným. Rozhodl jsem se takto, jelikož základní kapitál u této formy podnikání je na přijatelné úrovni 200 000,- Kč, což je bezpochyby velká výhoda narozdíl třeba od akciové společnosti. Další výhodou, která stojí za zmínku, je způsob ručení. Za závazky společnosti ručí společníci pouze do výše všech nesplacených vkladů, kdy po zápisu splacení všech vkladů toto ručení zcela odpadá a společnost začíná ručit za své závazky celým svým majetkem.

Má společnost se bude zabývat prodejem sportovního vybavení a oblečení ze všech možných odvětví sportů od stolního tenisu až po alpské lyžování. Prodej bude probíhat prostřednictvím internetového obchodu, který bude dále doplňovat naše zatím jediná kamenná prodejna v Obchodním centru Nová Karolina. Hlavní důvod, proč jsem se rozhodl podnikat právě v tomto odvětví, je můj velký koníček a tím je právě sport. Také chci nabídnout ostatním lidem širokou škálu sportovních potřeb, které můžou uspokojit jejich požadavky a hlavně podpořit zdravý životní styl, jež se za posledních pár let skoro vytrácí.

Mým jediným společníkem bude můj kamarád spolužák Jan Kohůtek. Jakožto společník splňuje mé požadavky týkající se osobnostních a povahových vlastností. Mnoho lidí si vybírá za své společníky osoby z rodinného okruhu. Taková volba nebývá mnohdy šťastným řešením. V budoucnu se mohou projevit spory, kdy je k takovéto osobě přístupováno příliš benevolentně. V okamžiku, kdy se objeví rozpor s rodinným příslušníkem a jediným řešením je řešení v neprospěch této osoby, může dojít k fatálním důsledkům. K těmto důsledkům může dojít i v případě cizí osoby, ale nejdůležitějšími důsledky, v případě rodinného příslušníka, jsou případné problémy až přetřhané vazby v rodině, což nepříjemně působí na psychiku člověka. Takže abych se vyvaroval této situaci, vybral jsem si zodpovědného a podle mého důvěryhodného člověka mimo okruh rodiny. Koneckonců

důležitým faktorem ve výběru společníka je jeho profesní zaměření a není žádným tajemstvím, že v České republice existuje a funguje mnoho rodinných podniků bez jakýchkoliv problémů.

S mým společníkem jsme se shodli na názvu naší společnosti, který by měl charakterizovat činnost, kterou se chceme zabývat. Jedná se tedy o název ForMove, s.r.o. Dalším naším společným krokem a postupem, byla debata na téma základní kapitál. Oba jsme zhodnotili své finanční možnosti a shodli jsme se, že povinný minimální základní kapitál zvýšíme o rovných 100 000,- Kč, tedy na 300 000,- Kč. Pokud nám naše počáteční finance, po propočtu provozních nákladů, nebudou stačit, pomůžeme si bankovním úvěrem.

Jako živnost jsme si tedy zvolili podle přílohy k zákonu č. 455/1991 Sb. živnost ohlašovací, konkrétně volnou a to č. 48 *Velkoobchod a maloobchod*.

3.1 Postup založení S.R.O.

1. Před svoláním ustavující valné hromady, jsme byli povinni prostudovat si všechny právní předpisy, jež se týkají založení společnosti s ručením omezeným. Jedná se např. o živnostenský zákon nebo obchodní zákoník.
2. Dne **1.3. 2011** se konala ustavující valná hromada, které se zúčastnili oba společníci Jan Kohůtek a Jiří Kohutek, aby za přítomnosti notáře zhotovili a podepsali společenskou smlouvu a jmenovali svého správce vkladu a jednatele společnosti. Společenská smlouva byla vyhotovena tak, aby obsahovala veškeré náležitosti nutné pro její právní platnost. Každá společenská smlouva by měla alespoň obsahovat :

- obchodní firmu a sídlo společnosti,
- identifikaci společníků,
- předmět podnikání,
- údaj o výši základního kapitálu jednotlivých společníků, včetně lhůt a způsobů splacení vkladů,
- jména a místa bydliště jednatelů společnosti a způsob jakým za společnost jednají,
- v případě je-li zřízena dozorčí rada, tak i jména a bydliště jejích členů,
- určení správce vkladu atd.

Po vyhotovení společenské smlouvy následoval její podpis oběma společníky. Následně byl do funkce správce vkladu zvolen Jiří Kohutek, jež převzal vklady obou společníků, což znamená, že byla splněna vkladová povinnost obou společníků. Jako jednatel společnosti byl zvolen Jan Kohůtek, jež vypracoval svůj podpisový vzor a doložil čestné prohlášení o ustanovení do funkce, notářsky ověřené. Naše volná živnost vyžaduje pouze splnění všeobecných podmínek pro zisk živnostenského oprávnění, tudíž nepotřebujeme zvolit funkci odpovědného zástupce. Tato povinnost nastává až v případě živnosti vázané či řemeslné živnosti. Hlavním výsledkem valné hromady, je sepsání společenské smlouvy, čímž byla založena společnost ForMove s.r.o., za přítomnosti notáře.

3. Dne **2.3. 2011** zřídil správce vkladu Jiří Kohutek bankovní účet u České spořitelny na své jméno. Na tento účet vložil vklady jednotlivých společníků, což tvoří základní kapitál ve výši 300 000 Kč (2 x 150 000 Kč). Česká spořitelna poté vydala potvrzení o výši základního kapitálu a splnění vkladové povinnosti.
4. Následujícího dne, tedy **3.3. 2011**, si jednatel společnosti zažádal výpis z rejstříku trestů na Krajském soudě v Ostravě. K tomuto aktu potřeboval pouze občanský průkaz a potvrzení o zaplacení správního poplatku ve výši 50 Kč.
5. Nájemní smlouvu sjednal a podepsal jednatel společnosti s majitelem objektu na ulici 28. října v Moravské Ostravě dne **4.3.2011**.
6. Dne **7.3. 2011** jsme navštívili Živnostenský úřad, na Prokešově náměstí 8 v Ostravě, abychom ohlásili naši živnost. K ohlášení živnosti jsme využili Jednotný registrační formulář (JRF), který jsme doplnili o doklad o zaplacení správního poplatku za ohlášení živnosti při vstupu do podnikání ve výši 1000 Kč (i ohlášení každé další živnosti činí 1000 Kč), společenskou smlouvu, nájemní smlouvu a v případě odpovědného zástupce se dokládá i doklad o odborné způsobilosti.
7. Pokud jsou splněny všechny podmínky ohlášení živnosti, musí ŽÚ vydat výpis z živnostenského rejstříku do 5 dnů. My jsme jej obdrželi dne **11.3. 2011**, ale ještě bez identifikačního čísla (IČ nebo IČO), které nám přidělí až po zapsání do obchodního rejstříku.

8. Dne **14.3. 2011** jsme podali návrh na zápis do OR na Krajském soudě v Ostravě. Tento návrh musí být podán do 90 dnů od založení společnosti. K tomuto návrhu jsme doložili společenskou smlouvu, výpis z živnostenského rejstříku, nájemní smlouvu, výpis z katastru nemovitostí, doklad o splnění vkladové povinnosti, čestné prohlášení a podpisový vzor jednatele společnosti a jeho výpis z rejstříku trestů (ne starší než 3 měsíce). V souvislosti s podáním návrhu vzniká povinnost uhradit správní poplatek ve výši 5000 Kč.
9. Dne **21.3. 2011** byla naše společnost zapsána do obchodního rejstříku. Od tohoto dne běží 15 denní lhůta pro nabytí právní moci, kdy můžeme využít možnost odvolání proti tomuto rozhodnutí. Tuto možnost jsme nevyužili a po této lhůtě, dne 5.4. 2011 vznikla naše společnost ForMove, s.r.o. a bylo nám přiděleno IČ 12365478.
10. Další povinností je ohlásit přidělení IČ na Živnostenský úřad. Proto jsme se dostavili dne **22.3. 2011** na ŽÚ a k tomuto ohlášení jsme využili Změnový list, kde jsme uvedli naše IČ a datum vzniku naší společnosti. Na základě Změnového listu nám byl vyhotoven nový výpis z Živnostenského rejstříku.
11. Do 30 dní od zahájení podnikání vzniká povinnost zaregistrovat se k příslušnému Finančnímu úřadu podle sídla společnosti. Učinili jsme tak dne **23.3. 2011** na Finančním úřadu Ostrava 1. K přihlášce k registraci je nutno doložit kopii výpisu z obchodního rejstříku nebo kopii usnesení rejstříkového soudu o zápisu do obchodního rejstříku a kopii výpisu z živnostenského rejstříku. Po splnění této povinnosti jsme obdrželi daňové identifikační číslo (DIČ) CZ12365478.
12. Dne **1.6. 2011** bude zahájen provoz naší společnosti a dojde k slavnostnímu otevření naší prodejny v OC Nova Karolina.

Společnost je povinna elektronicky zaslat do sbírky listin společenskou smlouvu s podpisovým vzorem jednatele. Do 3 měsíců ode dne vzniku společnosti se musí konat valná hromada, kde budou schváleny všechny úkony, které byly učiněny před zápisem do OR.

3.2 Přehled povinných dokumentů

3.1.1 Založení společnosti - Ustavující valná hromada

- Společenská smlouva (Příloha č. 1)
- Čestné prohlášení a podpisový vzor jednatele (Příloha č. 2)
- Prohlášení správce vkladu (Příloha č. 3)

3.1.2 Živnostenský úřad - Živnostenské oprávnění

- Jednotný registrační formulář pro právnické osoby (Příloha č. 4)
- Příloha k JRF - Seznam oborů činností náležejících do živnosti volné (Příloha č. 10)
- Nájemní smlouva (Příloha č. 5)
- Společenská smlouva (Příloha č. 1)
- *Pro případ odpovědného zástupce se přikládá jeho Čestné prohlášení a doklad o odborné způsobilosti (nepřikládám)*

3.1.3 Obchodní rejstřík - Vznik společnosti

- Návrh na zápis do obchodního rejstříku (Příloha č. 6)
- Společenská smlouva (Příloha č. 1)
- Výpis z katastru nemovitostí (*nepřikládám*)
- Nájemní smlouva (Příloha č. 5)
- Výpis z Živnostenského rejstříku (*nepřikládám*)
- Prohlášení správce vkladu (Příloha č. 3)
- Čestné prohlášení jednatele (Příloha č. 2)
- Výpis z rejstříku trestů jednatele (Příloha č. 7)

3.1.4 Živnostenský úřad - Přidělení IČ

- Změnový list (Příloha č. 8)

3.1.5 Finanční úřad - Přihlášení

- Přihláška k registraci pro PO (Příloha č. 11)

4. Podnikatelský záměr

4.1 Exekutivní sumář

Mým cílem je Vám představit na základě tohoto podnikatelského plánu fiktivní společnost ForMove ,s.r.o., která se bude zabývat prodejem sportovního oblečení a vybavení. Společnost jsem se rozhodl založit s jedním společníkem a to s mým spolužákem Janem Kohůtkem. Naši hlavní strategií je mít pozitivní a profesionální přístup a nabízet kvalitní služby zákazníkům tak, aby jsme uspokojili i jejich nejnáročnější požadavky. Cílem je každoroční zisk a likvidita podniku.

Podnikatelský plán dále objasní veškeré otázky z oblasti managementu, finanční situace podniku či marketingové stránky projektu. Dokument slouží k ověření, zda-li je projekt životaschopný a reálný.

4.2 Popis podniku, charakteristika a cíle

Společnost ForMove, s.r.o. je obchodní společnost, která bude provozovat živnost č. 48 Velkoobchod a maloobchod. Zahájení činnosti je plánováno ke dni 1.6. 2011. Společnost bude vedena dvěma společníky a základní kapitál bude činit 300 000 Kč, kdy každý ze společníků vlastní 50 % podíl ve společnosti.

Předmětem našeho podnikání bude prodej sportovního oblečení a vybavení, prostřednictvím internetového obchodu a zatím jediného kamenného obchodu. Naše zatím jediná prodejna bude umístěna v centru Ostravy, kvůli dobré dostupnosti našim budoucím zákazníkům. Vznik společnosti je podmíněn naším nadšením pro sport celkově a taky pokusit se o uspokojení potřeb zákazníků v cestě za zdokonalováním svého těla, ducha nebo image. Chceme se stát lídrem v našem oboru. Náš sortiment se bude skládat z části věnované sportovnímu oblečení, jak pro zimní sezónu, tak i pro sezónu letní. Další částí bude sportovní vybavení pro tělocvičny, fitcentra, wellness centra či venkovní prostory. Zákazník bude mít výběr z většiny značek, známých po celém světě, v prvotřídní kvalitě. Základem úspěchu bude náš profesionální přístup k zákazníkovi a nabídka kvalitních služeb, tak, aby byli naši zákazníci spokojeni a neváhali se zase vrátit.

Naším cílem je zabezpečit minimální roční výnos 0,5 milionu Kč v prvním roce, v druhém roce pak 1 milion Kč. Chceme, aby naše společnost nepotřebovala další úvěry nebo investory a byla samofinancovatelná, taková jejíž meziroční nárůst majetku bude v průměru o 20 %. Předpokládáme, že od 2. roku budeme zaměstnávat více než 5 pracovníků, což v

následujících letech bude mít vzestupnou tendenci. Do té doby budeme zastávat práci sami s pouze třemi zaměstnanci. Co se týče naší tržní orientace, tak bychom se kromě tuzemska chtěli orientovat i na ostatní evropské země a stát se stabilním členem na trhu.

Z krátkodobého hlediska nám půjde hlavně o proniknutí do povědomí potencionálních zákazníků. Tento krok bychom měli realizovat prostřednictvím marketingové strategie k získání počáteční požadované klientely. Můžeme zde zařadit i cíl, týkající se minimalizace počátečních nákladů, abychom dosáhli předpokládaného zisku v prvním roce podnikání.

4.3 Základní údaje o společnosti

Obchodní firma: ForMove, s.r.o.

Sídlo společnosti: 28. října, Ostrava - Moravská Ostrava, 702 00
(bývalá koksovna Karolina - nyní budoucí OC Karolina)



Umístění prodejny ForMove, s.r.o.

Předmět činnosti: Volná živnost č. 48 - Velkoobchod a maloobchod

Společníci: Jiří Kohutek
Jan Kohůtek

Základní kapitál: 300 000 Kč

Vklady společníků: Jiří Kohutek - 150 000 Kč
Jan Kohůtek - 150 000 Kč

Jednatel společnosti: Jan Kohůtek, Ostrava - Poruba,
Ivana Sekaniny 54, 724 32
Narozen v Ostravě dne 17.11. 1989

Telefon: 723 895 159

E-mail: info@formove.cz

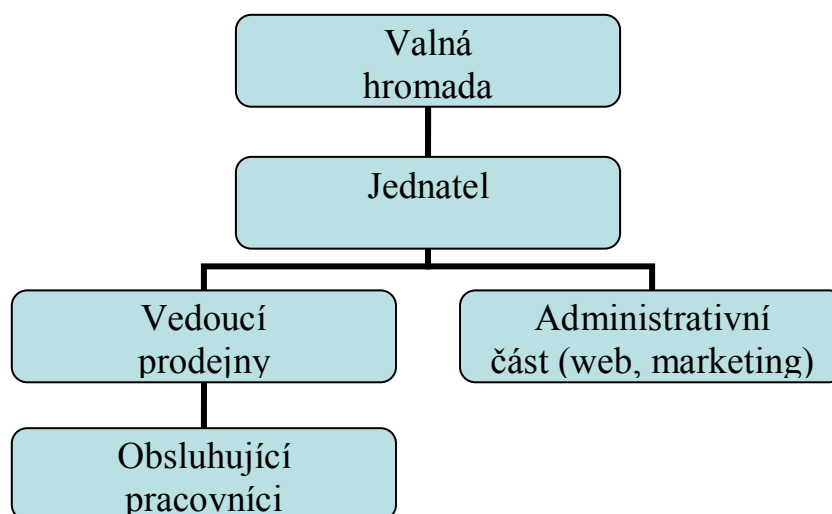
E-shop: www.formove.eu

IČ: 12365478

DIČ: CZ12365478

Bankovní spojení: 1234569999/0800

4.4 Organizační struktura



Nejvyšším orgánem společnosti je Valná hromada, kterou tvoří společníci Jiří Kohutek a Jan Kohůtek. Na ustavující valné hromadě byla sepsána a podepsána společenská smlouva, kde se uvedlo, jak se jednotliví společníci budou podílet na základním kapitálu. Základní kapitál činí 300 000 Kč a společníci se na něm podílejí rovnoměrně, tedy napůl. Podle obchodního zákoníku má každý společník na 1000 Kč svého vkladu 1 hlas. Celkový počet hlasů je tedy také vyrovnaný a to v počtu 300 hlasů.

Statutárním orgánem byl jmenován Jan Kohůtek. V jeho pravomoci je tedy činit veškeré právní úkony jménem společnosti, kromě těch úkonů, které jsou v kompetenci valné

hromady. Jednatel bude zodpovídat za řádné vedení účetní závěrky a obchodních knih, navrhopvat rozdělení zisku a ztrát a hlavně pravidelně informovat druhého společníka o činnosti společnosti. Pokud Jiří Kohutek bude požadovat nahlédnutí do dokladů společnosti, musí mu to jednatel umožnit.

Naše společnost je teprve v začátcích a tudíž jsme usoudili, že není potřeba zakládat dozorčí radu.

Druhý společník Jiří Kohutek bude mít na starosti administrativní chod společnosti a bude zastávat pozici vedoucího prodejny. Mezi administrativní práce můžeme zařadit např. aktualizace a servis našeho internetového obchodu, marketing, rozdělování práce mezi obsluhující personál, fakturace a reklamace.

4.5 Popis produktu

Naše společnost nabízí více než 15 předních světových značek sportovního vybavení a disponuje nejméně 10 světovými značkami v oblasti sportovního oblečení. Tyto počty bychom chtěli rozšířit v budoucnosti na úroveň již zaběhlých podniků. Mimo tyto produkty bude náš podnik nabízet i sportovní výživu určenou pro profesionální sportovce na nejvyšších úrovních, ale také i pro rekreační sportovní nadšence.

Naše sortimentní orientace je velmi široká. Každý zákazník si přijde na své, jak nadšenec basketbalu, tak i vyznavač sjezdového lyžování. V případě, že si chce u nás zákazník zakoupit více či méně složitý produkt o kterém nemá potřebné znalosti, náš vyškolený personál mu poskytne potřebné konzultace a popřípadě i předvede funkce produktu v prodejně. Například chce-li si u nás zákazník koupit lyžařskou výbavu, naši zaměstnanci se postarají o vhodnou kombinaci produktů ušitou na míru zákazníkovi až po seřízení vázání na lyžích.

Na základě analýz preferencí a poptávky našich zákazníků bude sortiment zboží pravidelně doplňován a obměňován. Prodejna i e-shop mají společný centrální sklad, což představuje výhodu pro podnik, jelikož bude mít zboží stále k dispozici. V případě objednávky prostřednictvím našeho e-shopu, bude expedována okamžitě z tohoto skladu rovnou zákazníkovi.

Náš potencionální zákazník ocení především rozsáhlý počet různých druhů produktů, jež jsou zaručeny kvalitami, již zaběhlých světových značek. Měl by ocenit i náš e-shop, který

je zcela propojený s naší prodejnou, v čemž tkví výhoda rychlé dostupnosti požadovaného zboží.

4.6 Analýza okolí podniku

V analýze prostředí podniku se budeme zabývat analýzou makroprostředí, což zahrnuje legislativní podmínky, politická situace, technologický rozvoj nebo ekonomická situace v dané zemi. Dále se budeme zabývat analýzou mikroprostředí, kde se soustředíme naše potencionální zákazníky, dodavatele a konkurenci. Uvedeme si i jednoduchou SWOT analýzu, která nám přiblíží případné silné a slabé stránky a také hrozby a příležitosti.

4.6.1 Analýza makroprostředí

Ochotu obyvatelstva nakupovat zásadním způsobem ovlivňuje vliv inflace. Hodnota inflace byla na konci roku 2010 ve výši 1,5 %, v 1. čtvrtletí roku 2011 došlo ke zvýšení na 1,7 % (ČSÚ). Další ekonomický činitel, jež ovlivní spotřební chování lidí je i míra nezaměstnanosti. Obecná míra nezaměstnanosti se podle definice ILO na konci roku 2010 snížila o 0,4 procentního bodu oproti roku 2009. I konkrétně v Moravskoslezském kraji obecná míra nezaměstnanosti klesla. Co se týče průměrné mzdy, tak ta se zvýšila na hodnotu 22 043 Kč.

Pozitivním aspektem je i snižování sazby daně z příjmů právnických osob postupně od 21 % na 20 % a nyní je v platnosti sazba 19 % (roky 2008 - 2010).

Měli bychom mít na zřeteli i měnící se legislativní podmínky. Ty by podle všeho měly spíše usnadňovat práci podnikatelům. Pozor si musíme dát na konkurenci, která působí na český trh i ze zahraničí a také na rozmach internetového obchodu, kdy si lidé mohou objednat různé zboží z různých koutů Evropy či celého světa.

Lidé sice utráceli i během krize peníze, ale v současné fázi, doznívající krize, je pořád znát menší zájem nakupovat, než tomu bylo před vznikem krize.

4.6.2 Analýza mikroprostředí

V této části se budeme věnovat analýze zákazníků, dodavatelů a konkurence.

Zákazníci

Cílovou skupinou našich potencionálních zákazníků může být prakticky kdokoliv. Nemusí být profesionální sportovec, ani rekreační sportovec, stačí, když je příznivcem a

vyznavačem sportovního oblečení nebo bude chtít pouze koktejly na zhubnutí či energetické tyčinky. V České republice žije něco okolo 10,5 milionu lidí. Odečteme-li děti do věku 6 let a lidi ve věku 55 a výše, zbývá nám 7,5 milionu obyvatel, u kterých je větší pravděpodobnost, že, by si mohli za rok nějakou věc z oblasti sportu pořídit. Stěžejní je určitě informace o počtu sportovců v České republice. Na základě dat Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy bylo za rok 2010 evidováno 402 sportovních středisek, v nichž aktivně působí 23 981 sportovců. Z tohoto počtu vymežíme odhadem 70 % sportovců působících mimo Moravskoslezský kraj. Zbýlých 30 % představuje 7194 sportovců v MS kraji. Kdyby alespoň 1 % z tohoto objemu bylo získáno naší společností, což činí 72 potenciálních zákazníků, mohli bychom při průměrné ceně ročního nákupu jednotlivých zákazníků ve výši 7000 Kč, dosáhnout požadovaného výnosu 504 000 Kč. Tržby podniku budou ovlivňovat určitým způsobem jednotlivé sezóny, kdy v zimě bude poptávka zejména po zimních produktech a v létě povedou v pomyslném žebříčku outdoorové produkty.

Dodavatelé

Naši dodavatelé byli vybráni na základě schopností dodávat požadované zboží v nejvyšší kvalitě, za výhodnou cenu a ve správný čas. Důležitá je taky otázka řešení nečekaných a krizových situací při dodávání zboží, dobrý odběratel by měl jednat rychle a v zájmu obou stran. Naši hlavní dodavatelé pochází z Rakouska, Německa a Velké Británie. Dodavatel z Rakouska nám zajišťuje zboží pro zimní sezónu, hlavně lyžařskou výbavu. Dodavatel z Německa nám poskytuje většinu textilního sortimentu a outdoorových míčových sportů. Britský dodavatel má největší přednosti ve zboží spadající do posiloven nebo tělocvičen. Tito dodavatelé působí výhradně jako velkoobchodníci, což znamená, že v případě expanze naší společnosti na evropský trh nebudou představovat potenciální konkurenci. Se všemi dodavateli máme vyjednané dlouhodobé smlouvy s dodatkem pro případ porušení dohodnutých pravidel, za což by následovalo vysoké finanční odškodnění.

Konkurence

Jako naše hlavní konkurenty vidíme:

- Sportisimo - maloobchodní prodejce zaměřený na sportovní vybavení, oblečení a obuv. Na českém trhu působí od roku 1999. Disponuje 46 prodejnami na území ČR a 7 prodejnami na Slovensku.

- Intersport - tato největší společnost na světě je zastoupena ve více než 39 zemích na světě, kdy v České republice má celkem 34 obchodů a roční obrat činí zhruba 1 mld. Kč.
- Fullsport - má jedinou prodejnu v Ostravě a specializuje se na fitness produkty
- Nejlevnejsisport.cz - jedná se o internetový obchod se širokou škálou produktů z různých odvětví sportů. Má dvě výdejní místa, a to v Brně a Ostravě.
- D-SPORT - disponuje 24 prodejnami v ČR, specializuje se na sportovní obuv a např. v Ostravě má fotbalovou speciálku.

Asi největším konkurentem pro nás budou podniky Intersport a Sportisimo, jež mají zkušenosti s mezinárodním obchodem a také už mají svou širokou klientelu.

SWOT analýza

Silné stránky <ul style="list-style-type: none"> • "Tah na branku" • Dobrá lokalita • Široký sortiment • Vstřícnost a profesionální přístup personálu • Internetový obchod 	Slabé stránky <ul style="list-style-type: none"> • Chybějící zkušenosti z oblasti podnikání • Vysoce konkurenční zboží • Nedostatek vlastního kapitálu • Chybějící klientela
Příležitosti <ul style="list-style-type: none"> • Stálost v oblibě sportovních produktů • Spolehliví dodavatelé • Množství potencionálních klientů • Možnost expanze na evropské trhy 	Hrozby <ul style="list-style-type: none"> • Silná konkurence • Vstup nové konkurence • Změny kurzů měn • Alternativní produkty z Asie, za nižší ceny

4.7 Marketingový plán

4.7.1 Produkt

Jak jsem již výše zmínil, naše společnost bude nabízet širokou možnost výběru sportovních produktů určeným profesionálním i neprofesionálním sportovcům. Mezi hlavní skupiny sportů, jež budou u nás zastoupeny to jsou např. fotbal, basketbal, tenis, všechny druhy lyžařských disciplín, in-line nebo lední bruslení, cyklistika, bodybuilding, squash, lední hokej, horolezectví, zumba, bojové sporty až po turistiku.

Hlavním úkolem, který jsme si určili, bude nabízet zákazníkům takové zboží, za které budou ochotni zaplatit a splní jejich očekávání a potřeby. Snažíme se o sestavení takového sortimentu, který obsáhne potřebu každého jednotlivého člověka, který k nám přijde. Pokud by měl náš zákazník individuální požadavek, který bychom mu nemohli v danou chvíli splnit, jsme ochotni tento nedostatek v rychlém čase napravit.

Co se týká kvality našich produktů, tak se staráme, aby veškeré produkty byly co se týče hodnocení a testů, tím nejlepším na trhu. Kvalita bude doložena certifikáty kvality a jakosti i našich dodavatelů. Produkty musí splňovat nejpřísnější kritéria, ať už co se parametrů týče nebo i nezávadnosti jejich materiálů.

Vzhled našich produktů lze jen těžko ovlivnit, jelikož odebíráme už finální výrobky určené k prodeji. Jediné o co se však postaráme bude jejich umístění v prodejně, kam zavítá náš zákazník a uvidí úhledně uspořádané regály a stojany rozdělené podle daného sportovního tématu.

Naše společnost nedisponuje žádnou vlastní značkou, aspoň pro zatím to není v našich plánech. Všechny značky jsou značkami předních výrobců specializujících se na dané produkty.

4.7.2 Cena

Jaké nastavíme ceny na začátku našeho podnikání? Rozhodovat se budeme určitě na základě několika hledisek. Prvním budou určitě naše náklady, které musíme tržbami z prodeje samozřejmě pokrýt. Dalším hlediskem je konkurence, kdy se budeme snažit mít srovnatelné ne-li nižší ceny. Hlavním motivem pro nás bude nalákat naše zákazníky, výhodnějšími cenami a různými slevovými akcemi. Na druhou stranu by měly naše ceny reflektovat i kvalitu produktů, alespoň přiměřeně. V ceně bude mimo jiné zahrnuta také marže. Cenová hladina bude nastavena, tak, aby si u nás přišli na své jak lidé s menšími příjmy, tak i lidé, kteří nemají problém za kvalitu zaplatit nemalé peníze.

4.7.3 Distribuce

Distribuce bude realizována dvěma směry. Prvním směrem se budeme ubírat prostřednictvím našeho internetového obchodu a druhý směr představuje osobní prodej v naší prodejně. Jak už bylo zmíněno, tak náš e-shop je přímo propojen s prodejnou přes společný centrální sklad. Zákazník má tedy možnost vyhledat si na našem e-shopu zboží, které ho zaujme a poté si ho vyzkoušet nebo prohlédnout do naší prodejny, kde si ho může ihned zakoupit a odnést domů. Na druhou stranu, pokud si vybere zboží z našeho e-shopu a nebude požadovat vidět zboží na vlastní oči, může využít několik druhů zásilkových služeb, které nabízíme. Jedná se o využití České pošty, PPL či UPS.

4.7.4 Propagace

Jedná se o hlavní nástroj, jak se dostat do podvědomí našich potenciálních zákazníků. Podniky by tedy neměly v této oblasti šetřit své peníze a zvolit efektivní cesty, jak svůj produkt seznámit se zákazníky. Naši počáteční reklamu budou zajišťovat naše webové stránky s e-shopem, kde si bude moci každý přečíst důležité informace o naší společnosti. Zákazníky budeme i prostřednictvím aktualizací tohoto webu informovat o různých akcích či organizačních změnách v provozu nebo také o nabídce volných pracovních míst v sekci Kariéra. Naším dalším krokem bude využití současného fenoménu sociálních sítí jako je Twitter nebo Facebook, kde vytvoříme stránku společnosti a budeme doufat, že se pomocí našich známých rozšíří i mezi další uživatele. Na této stránce budeme lidi informovat o slevových akcích nebo budeme umisťovat fotografie vybraných produktů za výhodné ceny. Mezi další prostředky propagace zařadíme i letáky či propagační materiály, prezentující naši akční nabídku v daném období, které budeme rozesílat a nabízet u nákupních center a jiných frekventovaných míst. Využijeme také místní deník, kde umístíme svou reklamu.

Hlavní reklamou pro nás bude naše prodejna v obchodním centru Nova Karolina, kde po otevření tohoto komplexu každodenně zavítá mnoho lidí. Právě osobní prodej a aktivní, vstřícný a profesionální přístup k zákazníkovi bude ta nejlepší reklama pro nás. Naš personál může poskytnout odbornou znalost daných produktů, svým chováním bude působit důvěryhodně a příjemně, což každý zcela jistě ocení.

Jak už bylo zmíněno, využijeme také strategii slevových akcí, kdy budeme nabízet například při nákupu v hodnotě nad 3000 Kč slevu 10 %. Nebo také akce, kdy si zákazník koupí určitý produkt a k němu dostane jiný zdarma.

Do budoucna máme v plánu jiné formy reklamy. Zejména jde o velké reklamní billboardy a světelné tabule. Také bychom chtěli získat prostředky na televizní či rozhlasovou

reklamu. A našim největším cílem je získat známého světového sportovce jako tvář naší společnosti, který by propagoval naše produkty a tím i ovlivnil a přilákal naše zákazníky.

4.7.5 Lidé

Jako první v hierarchii naší společnosti stojí dva společníci, kteří se budou starat o celkový chod společnosti od výběru pracovníků až po komunikaci s dodavateli nebo zákazníky. Společnost na svém počátku bude mít pouze tři zaměstnance a to jako obsluhu v prodejně a ve skladu. Na složitější účetní operace bude dohlížet účetní, jakožto externí pracovník.

Dva zaměstnanci, kteří budou na prodejně, budou vybráni na základě předchozích zkušeností s prodejem sportovního zboží, tudíž je kladen důraz na znalosti, zkušenosti a vystupování. Požadovaná délka praxe je minimálně 5 let. Jeden z pracovníků bude mít na starost pokladnu a případné konzultace se zákazníky. Druhý bude zodpovědný za doplňování zboží, ale také může obsluhovat pokladnu a radit zákazníkům. Zbýlý třetí zaměstnanec bude muset oplývat navíc zkušenostmi s vedením a organizací skladu, za který bude kromě prodeje zodpovídat.

4.7.6 Proces

Jelikož se dá předpokládat, že v nově otevřeném komplexu Nová Karolina bude vysoká frekvence lidí, kontakt se zákazníkem bude velmi intenzivní. K tomu můžeme přičíst fakt, že se lidé přicházejí podívat na zboží, které už mají vybrané na základě e-shopu. Celkový proces bude tedy hlavně záležitostí zájmu našeho zákazníka o naše produkty. Otevírací dobu jsme uzpůsobili tak, aby vyhovovala jak starším lidem, kteří mají čas hlavně dopoledne, tak i studentům a pracujícím lidem, kteří nás mohou navštívit v pozdních odpoledních hodinách.

Otevírací doba :	Pondělí - Pátek	9:00 - 20:00
	Sobota, Neděle	11:00 - 20:00

4.7.7 Materiální prostředí

Naše společnost se rozhodla umístit si svou prodejnu do nově budovaného obchodního centra Nová Karolina. Důvodem byla předpokládaná atraktivita a lukrativnost tohoto místa, kam zavítá mnoho lidí za zábavou nebo odpočinkem. Naším sídlem jsou prostory určeny ke komerčním účelům o rozloze 800m². Nájemní smlouvu máme sjednanou na dobu 5 let, kdy

nájemné činí 60 000 Kč. Celý prostor je rozdělen na prodejní část, sklad, místnosti pro personál hygienickými prostory a kancelář.

Prodejní prostory jsou rozděleny podle sportovních odvětví na jednotlivé části na např. část určenou pro fotbal, turistiku, cyklistiku nebo posilovny. Jedná se o systém stojanů a regálů, které jsou sestaveny pro dobrou manipulaci se zbožím a tak, aby zákazníci měli ke zboží snadný přístup.

4.8 Finanční plán

4.8.1 Základní kapitál

Společníci se rozhodli vložit do společnosti základní kapitál ve výši 300 000 Kč. Na této částce se oba podílejí rovným dílem. Vklady byly na společný účet u České spořitelny vloženy dne 2.3. 2011.

Tabulka č. 1: Základní kapitál

Jméno společníka	Obchodní podíl	Typ vkladu	Výše vkladu
Jiří Kohutek	50 %	Peněžitý	150 000 Kč
Jan Kohůtek	50 %	Peněžitý	150 000 Kč
ZK a OP celkem	100 %	-	300 000 Kč

4.8.2 Zřizovací výdaje

Zřizovacími výdaji, jsou výdaje vynakládané v souvislosti se zakládáním společnosti. Jedná se například o různé formy správních poplatků až po částky náležící notářům a právníkům.

Tabulka č. 2: Zřizovací výdaje

Zřizovací výdaje	Celkem
Notářské služby	5 000 Kč
Výpis z rejstříku trestů	50 Kč
Ohlášení živnosti	1 000 Kč
Zápis do OR	5 000 Kč
Propagační materiály	7 000 Kč
Celkem	18 050 Kč

4.8.3 Investiční výdaje na pořízení majetku

Celkové investiční výdaje zachycuje tabulka č. 3. Tyto výdaje představují nákup potřebného vybavení a majetku k zahájení podnikatelské činnosti. V prostorách prodejny nebylo potřeba provádět stavební úpravy, tudíž se výdaje týkají pouze samotného majetku. V položce web + e-shop je zahrnuta práce na vytvoření internetového obchodu, tak i vybavení potřebné k jeho provozu.

Tabulka č. 3: Investiční výdaje

Vybavení prodejny	197 450 Kč
Vybavení šaten a kanceláře	116 380 Kč
Vybavení skladu	119 000 Kč
Web + e-shop	100 000 Kč
Celkem	532 830 Kč

Poznámka: podrobný výpis jednotlivých druhů vybavení majetku a zař. je uveden v příloze č. 9

4.8.4 Předpokládané průměrné měsíční provozní náklady

V této tabulce se odráží naše průměrné měsíční provozní náklady, které plynou z provozu naší prodejny a internetového obchodu.

Tabulka č. 4: Průměrné měsíční provozní náklady

Nájemné (vč.služeb)	60 000 Kč
Internet (O2)	15 480 Kč
Mzdy	115 500 Kč
Telefon	3 500 Kč
Nákup zboží	80 000 Kč
Reklama	10 000 Kč
Celkem	284 480 Kč

Mzdové náklady

V první tabulce jsou uvedeny hrubé mzdy společníků a tří stálých zaměstnanců i se sociálním a zdravotním pojištěním, které je hrazeno zaměstnavatelem. V druhé tabulce je uvedena mzda externího pracovníka - účetní, s kterou bude práce probíhat na základě faktur. Tato účetní vlastní živnostenské oprávnění, tudíž za ní není nutno hradit zdravotní a sociální pojištění.

Tabulka č. 5: Hrubé mzdy společníků a zaměstnanců

Pracovník	Hrubá mzda	Sociální a zdravotní pojištění
Jiří Kohutek	20 000 Kč	6 800 Kč
Jan Kohůtek	20 000 Kč	6 800 Kč
Zaměstnanec 1	15 000 Kč	5 100 Kč
Zaměstnanec 2	15 000 Kč	5 100 Kč
Zaměstnanec 3	15 000 Kč	5 100 Kč
Celkem	85 000 Kč	28 900 Kč

Tabulka č. 6: Mzdové náklady externího pracovníka

Externí pracovník	Hodinová sazba	Počet hodin měsíčně	Celkem
Účetní	80 Kč	20	1 600 Kč

4.8.5 Kalkulace potřebných zdrojů pro začátek podnikání

Tabulka č. 7: Potřebný kapitál

Zřizovací výdaje	18 050 Kč
Investiční výdaje	532 830 Kč
Provozní náklady (3 měsíce)	853 440 Kč
Celkem	1 404 320 Kč

Po důkladném propočítání a zvažování jsme dospěli k závěru, že naše počáteční výdaje na zahájení provozu budou činit 1 404 320 Kč. Jelikož jsme vložili základní kapitál ve výši 300 000 Kč, budeme nuceni využít bankovního úvěru k pokrytí této částky. Využili jsme tedy úvěr České spořitelny ve výši 1,2 milionu Kč na dobu 5 let při úrokové míře 7,5 % p.a. Tak vysoký úvěr bychom jen těžko dostali bez určitého ručení, které tedy zajišťuje nemovitost jednoho ze společníků.

Roční splátka úvěru = $\text{úvěr} \cdot \text{umořovatel} = 1\,200\,000 \cdot 0,075 / (1 - (1 + 0,075)^{-5}) = \mathbf{296\,598\,Kč}$

Měsíční splátka úvěru = $321\,314 / 12 = \mathbf{24\,717\,Kč}$

4.8.6 Plánované tržby

Předpokládáme, že naše tržby budou po celý rok většinou stabilní. Případné nárůsty tržeb můžeme zaznamenat v období letních a zimních sezón, kdy lidé budou nakupovat produkty v závislosti právě na venkovních podmínkách. Výrazný vrůst tržeb zaznamenáme v

období Vánočních svátků, kdy si k nám přijdou lidé vybrat a nakoupit dárky z různých odvětví pro členy rodiny a známé. Postupem času by se v našich tržbách měly objevit i nárůsty tržeb reflektující zvyšující se kvalitu našich služeb.

Tabulka č. 8: Plánované tržby pro rok 2011

Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
155 000 Kč	186 000 Kč	208 000 Kč	200 000 Kč	213 000 Kč	261 000 Kč	342 000 Kč
1 565 000 Kč						
Celkem						

Tabulka č. 9: Plánované tržby do roku 2014

	Rok 2012	Rok 2013	Rok 2014
1. čtvrtletí	630 000 Kč	890 000 Kč	1 050 000 Kč
2. čtvrtletí	700 000 Kč	904 000 Kč	1 010 000 Kč
3. čtvrtletí	750 000 Kč	948 000 Kč	1 215 000 Kč
4. čtvrtletí	820 000 Kč	966 000 Kč	1 389 000 Kč
Celkem	2 900 000 Kč	3 708 000 Kč	4 664 000 Kč

4.8.7 Plánovaná počáteční rozvaha

Rozvaha je sestavena k 1.6. 2011, protože v tento den zahájíme svou podnikatelskou činnost. Tato rozvaha by měla zachycovat k tomuto datu stav majetku a zdrojů krytí v korunovém vyjádření a to prostřednictvím konkrétních položek aktiv a pasiv. Následně by mělo dojít k rovnosti mezi sumou pasiv i aktiv.

Aktiva	Rozvaha k 1.6. 2011 v Kč	Pasiva
Zřizovací výdaje	18 050	Základní kapitál 300 000
DHM	300 000	Σ Vlastní kapitál 300 000
Σ DHM	300 000	Bankovní úvěr 1 200 000
Bankovní účet	981 950	Závazky za dodavateli 120 000
Zboží	120 000	Σ Cizí kapitál 1 320 000
Ostatní oběžná aktiva	200 000	
Σ Oběžná aktiva	1 301 950	
Σ Aktiva	1 620 000	Σ Pasiva 1 620 000

4.8.2 Plánovaný Výkaz zisku a ztrát

Tabulka č. 10: Výkaz zisku a ztrát

	Rok 2011	Rok 2012	Rok 2013	Rok 2014
Výnosy				
Tržby z prodeje	1 565 000 Kč	2 900 000 Kč	3 708 000 Kč	4 664 000 Kč
Výnosy celkem	1 565 000 Kč	2 900 000 Kč	3 708 000 Kč	4 664 000 Kč
Náklady				
Mzdové náklady	115 500 Kč	115 500 Kč	115 500 Kč	115 500 Kč
Nájemné	420 000 Kč	720 000 Kč	720 000 Kč	720 000 Kč
Náklady na zboží	560 000 Kč	920 000 Kč	920 000 Kč	920 000 Kč
Úrok z úvěru	33 019 Kč	56 604 Kč	56 604 Kč	56 604 Kč
Telefon	24 500 Kč	42 000 Kč	42 000 Kč	42 000 Kč
Internet	108 360 Kč	185 760 Kč	185 760 Kč	185 760 Kč
Zřizovací náklady	18 050 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Marketing	70 000 Kč	120 000 Kč	120 000 Kč	120 000 Kč
Náklady celkem	1 349 429 Kč	2 159 864 Kč	2 159 864 Kč	2 159 864 Kč
HV před zdaněním	215 571 Kč	740 136 Kč	1 548 136 Kč	2 504 136 Kč
Daň 19 %	40 958 Kč	140 626 Kč	294 146 Kč	475 786 Kč
HV po zdanění	174 613 Kč	599 510 Kč	1 253 990 Kč	2 028 350 Kč

Z plánovaného výkazu zisku a ztrát můžeme zjistit, že společnost ForMove, s.r.o. bude vykazovat už od prvního roku kladný hospodářský výsledek. Výrazné zvýšení hospodářského výsledku je zaznamenáno v roce 2013, kdy dochází k zdvojnásobení HV oproti roku předchozímu.. Zvyšování tržeb z prodeje zboží nám umožňuje pořizovat větší dodávky zboží a tím rozšiřovat sortiment a doplňovat zásoby. Také budeme schopni vynakládat větší prostředky na proniknutí naší společnosti mezi veřejnost prostřednictvím reklamy.

4.8.3 Plánované Cash - flow

Jedná se o přehled očekávaných peněžních toků za určité časové období, v tomto případě za jednotlivé měsíce roku 2011. V našem případě je cash flow v prvním měsíci provozu výrazně záporné a to z důvodu vysokých počátečních investic. V dalších měsících se stav peněžních prostředků začíná pomalu stabilizovat. Prvních kladných hodnot jsme se dočkali až na konci roku v měsíci prosinci, kdy konečný stav peněžních prostředků činí 349 741 Kč.

Tabulka č. 11: Cash Flow pro rok 2011

	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
PS PP	1 500 000 Kč	694 923 Kč	621 726 Kč	530 529 Kč	431 332 Kč	345 135 Kč	306 938 Kč
Příjmy	155 000 Kč	186 000 Kč	208 000 Kč	200 000 Kč	213 000 Kč	261 000 Kč	342 000 Kč
Investiční výdaje	532 830 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Splátka úvěru + úrok	24 717 Kč	24 717 Kč	24 717 Kč	24 717 Kč	24 717 Kč	24 717 Kč	24 717 Kč
Nájemné	60 000 Kč	60 000 Kč	60 000 Kč	60 000 Kč	60 000 Kč	60 000 Kč	60 000 Kč
Nákup zboží	120 000 Kč	40 000 Kč	80 000 Kč	80 000 Kč	80 000 Kč	80 000 Kč	80 000 Kč
Telefon	3 500 Kč	3 500 Kč	3 500 Kč	3 500 Kč	3 500 Kč	3 500 Kč	3 500 Kč
Internet	15 480 Kč	15 480 Kč	15 480 Kč	15 480 Kč	15 480 Kč	15 480 Kč	15 480 Kč
Mzdy	115 500 Kč	115 500 Kč	115 500 Kč	115 500 Kč	115 500 Kč	115 500 Kč	115 500 Kč
Zřizovací výdaje	18 050 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Marketing	70 000 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Výdaje celkem	960 077 Kč	259 197 Kč	299 197 Kč	299 197 Kč	299 197 Kč	299 197 Kč	299 197 Kč
CF	-805 077 Kč	-73 197 Kč	-91 197 Kč	-99 197 Kč	-86 197 Kč	-38 197 Kč	42 803 Kč
KS PP	694 923 Kč	621 726 Kč	530 529 Kč	431 332 Kč	345 135 Kč	306 938 Kč	349 741 Kč

5. Analýza rizika

Asi největší riziko se nám po bližší analýze mikroprostředí jeví soubor s konkurencí. Mezi konkurenty se objevují velké národní firmy se zkušenostmi a pobočkami v zahraničí, s kterými se v našich počátcích rozhodně nemůžeme měřit. Jejich nespornou výhodou je jejich postavení na trhu a již zaručená klientela. I co se týče jejich finančních ukazatelů jsou zatím bezkonkurenční, například společnost Sportisimo dosáhlo v roce 2009 obratu téměř 2,5 miliard Kč.

Souvisejícím rizikem s naší konkurencí je právě dostupnost potenciálních zákazníků. Náš podnik ještě není dostatečně v povědomí našich zákazníků. Nemá vybudovanou žádnou image, která by ovlivnila naše zákazníky. Tento fakt se budeme snažit řešit v první řadě profesionálním přístupem v jednání se zákazníky, budeme se snažit vytvořit takové prostředí a podmínky, které je přesvědčí o tom, že za návštěvu i nákup u nás za to stojí. V druhé řadě budeme vyvíjet takové aktivity, abychom se dostali do jejich podvědomí prostřednictvím různých marketingových strategií na které hodláme vynakládat každý rok více a více finančních prostředků, pokud nám to naše zisky umožní. Bohužel nemůže se spoléhat na výrok: "svět je malý" a že se informace o naší existenci samy rozšíří.

Bezpochyby dalším výrazným rizikem, které nás zatěžuje, je nedostatek zkušeností v oblasti podnikání, jako je řízení podniku nebo administrativní vedení. Budeme pracovat na

snížení těchto rizik pozorným sledováním naší ekonomické situace a hlavně ekonomické situace kolem nás, tak, abychom byli schopni reagovat pružně na možné změny ať už v legislativě nebo na trhu.

6. Závěr

Zahájení podnikatelské činnosti a s tím spojené založení společnosti je relativně náročnou procedurou. Na počátku všeho by se měla objevit v hlavě budoucího podnikatele určitá myšlenka, kterou by si neměl nechat pouze ve své hlavě, ale přenést ji na papír. Právě k takovému účelu slouží vypracování podnikatelského plánu. Až ve chvíli, kdy bude vše a papíře se může dále rozhodovat jaký bude následující postup. Základní funkcí podnikatelského záměru je stanovení, kam se bude daná společnost ubírat a za jaký časový interval toho dosáhne. V průběhu tvorby plánu mohou právě vyvstat možné problémy nebo odchylky, které lze včas zachytit a napravit, což by jinak mohlo mít fatální následky.

Jak již jsem v úvodu avizoval, tak mým cílem bylo založit fiktivní společnost s ručením omezeným a sestavit podnikatelský plán tak, aby se z toho stal souvislý návod či námět pro jiné osoby, které zamýšlejí podnikat. Práce je rozdělena na dvě hlavní kapitoly. A to na - teoretickou část a na část teoretickou.

V teoretické části jsem se zabýval důležitými pojmy, které by si měl člověk v první řadě osvojit před začátkem podnikání. Myslím, že je důležité vědět co znamenají jednotlivé pojmy z hlediska orientace v podnikatelském prostředí. Dále jsem zde charakterizoval malé a střední podnikání s uvedením jak jsou jednotlivé podniky rozdělovány a na základě jakých kritérií. Důležitými zdroji v této části byly zejména živnostenská zákon a obchodní zákoník. Vytvořil jsem také přehled jednotlivých druhů podnikání, aby si každý mohl vybrat pro své možnosti a potřeby tu ideální.

Praktická část je zaměřena na založení společnosti s ručením omezeným, konkrétně fiktivní společnosti ForMove, s.r.o, která se zabývá prodejem sportovního oblečení, vybavení a sportovní výživy v Ostravě. K založení společnosti patří i získání a vyplnění potřebných tiskopisů, bez kterých by společnost nevznikla. Všechny nutné formuláře jsou k dispozici k nahlédnutí v přílohách. Dalším krokem bylo sestavení podnikatelského plánu, který obsahoval popis podniku, marketingový plán, finanční plán, organizační strukturu atd. Údaje ve finančním plánu nám mohly ukázat, že daný projekt by mohl být životaschopný za daných podmínek.

Kdybych měl shrnout založení společnosti a sestavení podnikatelského plánu z pohledu náročnosti, tak hlavně po administrativní stránce a časové to je náročný proces. Těch formulářů, které je potřeba sehnat je velké množství, navíc mnohdy nezískáte všechny na stejném místě. Situace se trochu usnadnila v případě založení živnosti, kdy vám stačí pouze jeden tiskopis - JRF a pár příloh k tomu. Ten vám umožní ohlásit změny hned na několika místech bez toho, aby jste tam museli fyzicky dojít. Další pomocí jsou pokyny, které jsou většinou k dispozici, což pomůže lidem zjistit co a kam mají napsat. Hlavně internet je v tomhle ohledu hodně užitečný. Pozor si musíme také dávat na změny legislativních podmínek, které mohou v lepším případě tuto byrokracii posunout do těch příznivějších mezí nebo v horším případě tuto práci znepríjemnit. Důležitou věcí je dodržovat lhůty, ve kterých musí být jednotlivé tiskopisy doručeny na správné místo. Je lepší to dělat spíše v předstihu než na poslední chvíli a vyvarovat se tak případným problémům.

Doufám tedy, že jsem svůj cíl splnil a že se má práce stala užitečnou pro ty, kteří by si to, co jsem já vytvořil pouze fiktivně, chtěli zkusit v reálném životě a v reálných podmínkách.

Seznam použité literatury

Literární zdroje:

- [1] DVOŘÁK, T. *Společnost s ručením omezeným*. 3. přeprac. vyd. Praha: ASPI, 2008. 428 s. ISBN 978-80-7357-344-7.
- [2] FOLVARČNÁ, A. *Malé a střední podnikání*. 1. vyd. Ostrava: Vysoká škola podnikání, 2005. 97 s. ISBN 80-86764-40-0.
- [3] FOTR, J.; SOUČEK, I. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. 356 s. ISBN 80-247-0939-2.
- [4] JUREČKA, V.; JÁNOŠÍKOVÁ, I. a kol. *Mikroekonomie. Učební text pro bakalářské studium*. 1. vyd. Ostrava: VŠB-TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA, 2007. 327 s. ISBN 80-248-0910-9.
- [5] KORÁB, V.; ŘEŽŇÁKOVÁ, M.; PETERKA, J. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.
- [6] MAREK, P. *Studijní průvodce financemi podniku*. 2. aktualiz. vyd. Praha: EKOPRESS, 2009. 634 s. ISBN 978-80-86929-49-1.
- [7] MIKUŠOVÁ, M. *Podnikání v praxi: praktický průvodce pro podnikatele*. 1. vyd. Ostrava: Arnet On line, 2004. 191 s. ISBN 80-239-3195-4.
- [8] RHONDA ABRAMS. *The successful business plan: Secrets and strategies*. 4th ed. The planning shop, 2003. 417 s. ISBN 0-9669635-6-3.
- [9] SYNEK M.; KISLINGEROVÁ E. A KOL. *Podniková ekonomika*. 5. přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H. Beck, 2010. 498 s. ISBN 978-80-7400-336-3.

- [10] VEBER, J. a KOL. *Management. Základy, prosperita, globalizace*. 2. aktual. vyd. Praha: Management Press, 2009. 734 s. ISBN 978-80-7261-200-0.
- [11] VEBER, J.; SRPOVÁ, J. A KOLEKTIV. *Podnikání malé a střední firmy*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. 311 s. ISBN 978-80-247-2409-6.
- [12] WUPPERFELD, U. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. 1.vyd. Praha: Management Press, 2003. 159 s. ISBN 80-7261-075-9.

Legislativní zdroje:

- [13] Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání.
- [14] Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník.

Internetové zdroje:

- [15] <http://www.epravo.cz/top/clanky/neopravnene-podnikani-7764.html> [cit. 10.1. 2011]
- [16] <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obchzak/cast1.aspx> [cit. 10.1. 2011]
- [17] http://cs.wikipedia.org/wiki/Malé_a_střední_podniky [cit. 15.1. 2011]
- [18] <http://www.i-poradce.cz/SubPages/OtvorDokument/Clanok.aspx?idclanok=335> [cit. 16.1. 2011]
- [19] <http://www.msmt.cz/sport/prehled-sps-sportovni-strediska-v-roce-2010> [cit. 25.2. 2011]
- [20] <http://www.podnikatel.cz/rozjezd/start-podnikani/jak-na-pravni-formu-podnikani/> [cit. 25.1. 2011]
- [21] <http://www.businessinfo.cz/cz/rubrika/obchodni-spolecnosti/1000831/> [cit. 16.3. 2011]

- [22] www.wikipedia.org [cit. 16.3. 2011]
- [23] <http://www.sfinance.cz/zpravy/finance/46373-zakladame-verejnou-obchodni-spolecnost/> [cit. 20.3. 2011]
- [24] <http://www.epravo.cz/top/clanky/komanditni-spolecnost-16411.html> [cit. 20.3.2011]
- [25] http://www.sagit.cz/pages/lexikonheslatxt.asp?cd=152&typ=r&levelid=ob_421.html [cit. 20.3.2011]

Seznam použitých zkratk

ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
DIČ	Daňové identifikační číslo
DPH	Daň z přidané hodnoty
EU	Evropská Unie
HV	Hospodářský výsledek
IČ	Identifikační číslo
ILO	Mezinárodní organizace práce
JRF	Jednotný registrační formulář
MPO	Ministerstvo průmyslu a obchodu
MSP	Malé a střední podniky
OC	Obchodní centrum
OP	Obchodní podíl
OR	Obchodní rejstřík
ŽÚ	Živnostenský úřad
ZK	Základní kapitál

Prohlášení o využití výsledků diplomové (bakalářské) práce

Prohlašuji, že

- jsem byl(a) seznámen(a) s tím, že na mou diplomovou (bakalářskou) práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou (bakalářskou) práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová (bakalářská) práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové (bakalářské) práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové (bakalářské) práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou (bakalářskou) práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne

.....
jméno a příjmení studenta

Adresa trvalého pobytu studenta:

Ostrava - Michálkovice, Smíškova 2, 715 00

Seznam tabulek

Tabulka č. 1:	Základní kapitál
Tabulka č. 2:	Zřizovací výdaje
Tabulka č. 3:	Investiční výdaje
Tabulka č. 4:	Průměrné měsíční provozní výdaje
Tabulka č. 5:	Hrubé mzdy společníků a zaměstnanců
Tabulka č. 6:	Mzdové náklady externího pracovníka
Tabulka č. 7:	Potřebný kapitál
Tabulka č. 8:	Plánované tržby pro rok 2011
Tabulka č. 9:	Plánované tržby do roku 2014
Tabulka č. 10:	Výkaz zisku a ztrát
Tabulka č. 11:	Cash flow pro rok 2011

Seznam příloh

Příloha č. 1:	Společenská smlouva
Příloha č. 2:	Čestné prohlášení a podpisový vzor jednatele
Příloha č. 3:	Prohlášení správce vkladu
Příloha č. 4:	Jednotný registrační formulář pro právnické osoby
Příloha č. 5:	Nájemní smlouva
Příloha č. 6:	Návrh na zápis do obchodního rejstříku
Příloha č. 7:	Výpis z rejstříku trestů
Příloha č. 8:	Změnový list
Příloha č. 9:	Soupis jednotlivých položek investičních výdajů
Příloha č. 10:	Seznam oborů činností náležejících do živnosti volné
Příloha č. 11:	Příhláška k registraci pro právnické osoby